



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE PRE-INVERSIÓN DEL
PARADERO GASTRONÓMICO TURÍSTICO CROW EN LA
PARROQUIA DE LA SHELL, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE
PASTAZA. 2011”**

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

JORGE MAURICIO CROW VELIZ

RIOBAMBA – ECUADOR

2012

CERTIFICADO

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación.

Ing. Msc. Silvia Tapia S.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que la investigación titulada: “ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE PRE-INVERSIÓN DEL PARADERO GASTRONÓMICO TURÍSTICO CROW EN LA PARROQUIA DE LA SHELL, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA. 2011” de responsabilidad del Señor Jorge Mauricio Crow Veliz; ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su publicación.

Ing. Msc. Silvia Tapia S.

DIRECTORA DE TESIS

Chef. David Guambi E.

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía, por la oportunidad de estudiar en tan prestigiosa institución, porque siempre estarán en mí esos buenos momentos vividos y cátedras aprendidas.

A la Ing. Msc. Silvia Tapia S. Directora de Tesis y al Chef David Guambi E. Miembro de Tesis, por la paciencia, dedicación y entrega para impartir sus conocimientos.

DEDICATORIA

Existe una lista interminable de quienes a lo largo de la carrera han dejado su huella en mí, por eso quiero dedicar este trabajo primeramente a Jehová porque sin su palabra, su sabiduría, su amor, sin sus bendiciones no estuviera donde estoy.

A mi madrecita linda, por darme la vida, por enseñarme a luchar por mis metas, por ser mi consejera personal, por levantarme cuando he tropezado, por ser mi guía cuando me he segado, por sus sabios y dulces consejos, por darme ánimos en los momentos difíciles, por arrullarme entre sus brazos cuando más lo necesite, por acompañarme en todo momento, por ser mi ejemplo, por los valores tan lindos y nobles con los que me formó.

A mis hermanitos, Mirian, Alfredo y Shirlita, por ser mis cómplices en las travesuras que he emprendido, por su paciencia, por ser mi apoyo ayudándome a encontrar la luz cuando todo es oscuridad, por ser siempre mis más fervientes hinchas.

A mis tías, Norma, Isabela, Cecilia, Iralda, por no comportarse como tal, más bien como segundas madres dándome algo más valioso que cualquier tesoro del mundo, su amor.

A mis tíos Hugo y Manuel por ser como padres para mí, quienes a su debido tiempo aportaron sus consejos, su experiencia, ayudándome a salir siempre victorioso de mis batallas.

A mis primos Adriana, Marcela, Carlita, Mario Eloy, Anahi, Hugo Santiago, Michelle, Lenin, Paulina, Alex y Byron; que han sido como hermanos escuchándome cuando más lo necesite, por ser un soporte en mi vida a pesar de las adversidades y sobre todo de la distancia.

A la tía Jacinta, por ser como mi abuelita a quien quiero como tal, quien me ha llenado de sabiduría con sus consejos y vivencias, que me han servido para ser mejor día a día.

Al tío Alemán, que descansa en paz ahora, quien a mas de brindarme su cariño fue mi guía y de quien aprendí a ser feliz a pesar de los infortunios de la vida.

A mis mejores amigos Esteban, Christian, Jaime, Francisco, por ser mis hermanos a los que quiero y aprecio, por su confianza desinteresada, por darme ánimos, por hacerme sentir como en casa cuando lo necesité, por ser mi paño de lágrimas, simplemente por estar ahí.

A María Isabel y a todos mis amigos, Galo, Mary, Kary, Vane, Allison, quienes de una u otra manera han estado conmigo, apoyándome y demostrándome que están en las buenas y en las malas.

Compartir estos cuatro años y medio con mis compañeros y amigos, con quienes viví experiencias alentadoras y no tan alentadoras, vivencias que juntan la picardía con la transparencia, la ignorancia con el aprendizaje, la locura con la cordura, el peligro con la inmunidad, la dificultad con la tranquilidad, fueron experiencias que no se repetirán nunca más, pero que perduraran en mi corazón por siempre.

A la Ing. Martha Ávalos, la Ing. Verónica Ávalos, la Doctora Mayra Logroño, el Máster Luis Carrión, y a cada uno de los profesores, por ser cimientos fundamentales en mi vida, demostrando su profesionalismo, impartiendo sus conocimientos de una manera enérgica e inteligente, pero principalmente su calidad humana, llenándome de conocimientos, guiándome hacia la excelencia profesional, pero especialmente por brindarme su amistad basada en respeto mutuo y de quienes he aprendido el valor de la comunicación constante y sobre todo el valor de la confianza.

Con Cariño

Jorge Mauricio Crow Veliz

ÍNDICE DE CONTENIDOS

N.-	TÍTULO	PÁGINA
I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	OBJETIVOS	4
a.	GENERAL	4
b.	ESPECÍFICOS	4
III.	MARCO TEÓRICO	5
a.	TURISMO	5
b.	TURISMO GASTRONÓMICO	5
c.	IMPACTOS DEL TURISMO GASTRONÓMICO	7
i.	Impactos Económicos	8
1.	Efectos Primarios:	8
2.	Efectos Secundarios:	8
3.	Efectos Terciarios:	9
ii.	Impactos Socioculturales	9
1.	Impactos Directos:	10
2.	Impactos Inducidos:	10
3.	Impactos Socioculturales Positivos:	11
4.	Impactos Socioculturales Negativos:	11
iii.	Impactos Ambientales	12
1.	Aspectos Positivos:	12
2.	Aspectos Negativos:	12

d.	LOS RECURSOS AMBIENTALES Y LA DEMANDA TURÍSTICA	13
e.	RELACIÓN DEL TURISMO GASTRONÓMICO CON LOS RECURSOS NATURALES	14
f.	LÍMITES AL USO DE LOS RECURSOS	15
g.	GASTRÓNOMO	16
h.	BENEFICIOS DE LA GASTRONOMÍA	16
i.	USOS Y TÉCNICAS	17
j.	LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA DE LA SHELL	18
k.	IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA	18
l.	PLATOS TÍPICOS DE LA ZONA	19
m.	PRODUCTOS TÍPICOS DE LA ZONA	20
n.	Características de los alimentos de la zona	21
o.	CULTURA ALIMENTARIA EN LA PARROQUIA DE LA SHELL	28
p.	PARADOR	30
q.	PROYECTO	30
r.	TIPOS DE PROYECTOS	31
i.	Proyecto productivo:	31
ii.	Proyecto público o social:	32
s.	PRE-INVERSIÓN	33
i.	Etapa de idea:	33
ii.	Etapa de perfil:	33
iii.	Etapa de pre-factibilidad:	34
iv.	Etapa de factibilidad:	34

v.	Etapas de diseño definitivo:	34
t.	PROYECTO DE INVERSIÓN	34
u.	OPERACIÓN	35
IV.	METODOLOGÍA	36
a.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	36
b.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	37
i.	Técnicas de Investigación	38
ii.	Técnicas de Procedimientos para el Análisis de Resultados.	38
iii.	Área de Influencia del Proyecto	38
1.	Estratégico	38
2.	Funcional, Características del lugar	39
c.	UNIVERSO Y MUESTRA	39
i.	Universo	39
ii.	Muestra	40
iii.	Tamaño de la muestra	40
d.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS	41
i.	Investigación de Mercado y Marketing	41
ii.	Plan de Empresa	42
1.	Aspectos Técnicos	42
2.	Aspectos Jurídicos – Mercantiles	42
3.	Estrategias de Marketing	43
4.	Gestión del Talento Humano	43
5.	Aspectos Económico – Financieros	44
6.	Aspectos Ambientales	44

V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
a.	PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS	46
i.	Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de Mercado y Marketing.	46
ii.	Discusión	58
VI.	CONCLUSIONES	60
VII.	RECOMENDACIONES	61
VIII.	PLAN DE EMPRESA	62
a.	ASPECTOS TÉCNICOS	62
i.	Determinación del tamaño de la empresa	62
ii.	Capacidad de producción/Capacidad de oferta del servicio	63
iii.	Localización	65
iv.	Proceso de producción del bien/Proceso de oferta del servicio	71
v.	Viabilidad Técnica	91
i.	Infraestructura y Construcción:	91
ii.	Mano de obra:	92
iii.	Materia Prima:	92
iv.	Maquinaria y Equipo:	92
b.	ASPECTOS JURÍDICOS – MERCANTILES	97
i.	Forma Jurídica elegida para el proyecto.	97
ii.	Requisitos legales para su apertura y funcionamiento (trámites, permisos, y demás).	98
1.	Aprobación del nombre de la Compañía	98
2.	Apertura Cuenta de Integración de Capital	98

3.	Celebrar la Escritura Pública	99
4.	Solicitar la Aprobación de las Escrituras de Constitución.	100
5.	Obtener la Resolución de Aprobación de las Escrituras	100
6.	Cumplir con las Disposiciones de la Resolución	101
7.	Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.	102
8.	Elaborar Nombramientos de la Directiva de la Compañía	102
9.	Inscribir Nombramientos en el Registro Mercantil	103
10.	Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías.	103
11.	Obtener el RUC.	104
12.	Retirar la Cuenta de Integración de Capital.	105
13.	Aperturar una Cuenta Bancaria a Nombre de la Compañía.	106
14.	Obtener Permiso para Imprimir Facturas.	106
15.	Línea de Fábrica para Edificación.	107
16.	Aprobación de Planos.	108
17.	Requisitos para la Instalación del Medidor.	109
18.	Permisos de Funcionamiento para Establecimientos Turísticos.	109
19.	Registro de la Actividad Turística.	110
20.	Afiliación a la Cámara de Turismo.	110
21.	Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.	111
22.	Permiso de la Intendencia.	113
23.	Permiso de Funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud.	114

24.	Uso de Suelo.	115
25.	Certificado de Gestión Ambiental.	116
26.	Número Patronal.	117
27.	Patentes	118
28.	Categorización	119
iii.	Derechos, Deberes y Obligaciones Legales de la Empresa.	123
iv.	Gastos de Constitución.	124
c.	ESTRATEGIAS DE MARKETING	125
i.	Producto	125
1.	Atributos del Producto	125
2.	Calidad de los Productos	126
3.	Características del Producto	127
4.	Diseño del Producto	128
5.	Calidad	129
6.	Atributos y Beneficios	129
7.	Ciclo de Vida del Producto	130
ii.	Precio	132
iii.	Distribución	135
iv.	Plan de Comunicación	135
v.	Estrategias de Mercado	144
vi.	Competencia	144
1.	Identificación de las empresas competidoras	145
2.	Otras empresas competidoras	146

3.	Diferencias respecto a los productos y/o servicios de la competencia	148
4.	Análisis FODA, considerando a la competencia.	149
d.	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	151
i.	Determinación del Talento Humano	151
ii.	Descripción de los Puestos de Trabajo	152
iii.	Perfil de los Trabajadores	159
iv.	Costos Salariales	162
v.	Organización de la Empresa	162
vi.	Programa Operativo	163
vii.	Organigrama Empresarial	165
viii.	Selección y Contratación del Talento Humano	166
1.	Proceso de reclutamiento, selección y contratación	166
2.	Selección	167
3.	Contratación	168
4.	Inducción	169
5.	Capacitación	169
e.	ASPECTOS ECONÓMICO – FINANCIEROS	171
i.	Objetivos Empresariales	171
1.	Corto Plazo	171
2.	Mediano Plazo	171
3.	Largo Plazo	171
4.	Creación de Valor	172
ii.	Estructura del Balance	176

1.	Balance General	177
2.	Estado de Pérdidas y Ganancias	179
3.	Capital de Trabajo	180
4.	Cuenta de Resultados	181
5.	Costes de Capital Medio Ponderado	182
6.	Ratios Económicos	183
7.	Ratios Financieros	183
8.	Ratios Operativos	184
9.	Viabilidad Financiera	184
f.	ASPECTOS AMBIENTALES	190
i.	Impacto Ambiental del Proyecto	190
ii.	Acciones Remediales	194
1.	Reducir	195
2.	Reutilizar	196
3.	Reciclar	197
IX.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	199
X.	ANEXOS I	201
XI.	ANEXOS II (Afiches, Volantes, Página web)	209

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N.-	TÍTULO	PÁGINA
1	Afluencia de turistas	40
2	Porcentaje sobre el sexo de los turistas que visitaron el dique de Shell	46
3	Porcentaje sobre la edad de los turistas que visitaron el dique de Shell	47
4	Porcentaje de la residencia de los turistas que visitaron el dique de Shell	47
5	Criterio sobre los beneficios esperados de la creación de un paradero turístico gastronómico en el dique de Shell	49
6	Ocasión de la visita	49
7	Temporada de la visita	50
8	Calidad de servicio recibido en los establecimientos del Cantón Mera	51
9	Prioridades a la hora de ir a un restaurante	52
10	Preferencia a la hora de desayunar	53
11	Preferencias gastronómica de los turistas	54
12	Actividades que prefiere realizar en vacaciones	55

13	Aceptación de un paradero turístico gastronómico en la Parroquia de la Shell	56
14	Por qué de la aceptación de un paradero turístico gastronómico en la Parroquia de la Shell	57
15	Capacidad de Producción	63
16	Capacidad de Oferta del Servicio	64
17	Presupuesto Referencial	70
18	Requisiciones	75
19	Receta Estándar Chontacuro	76
20	Receta Estándar Maito de Carachama	76
21	Receta Estándar de Maito de Garabato Yuyo y Palmito	77
22	Receta Estándar de Maito de Trucha	77
23	Receta Estándar de Maito de Tilapia con Palmito	78
24	Receta Estándar de Seco de Guanta	79
25	Receta Estándar Rana al Vapor	80
26	Receta Estándar del Ceviche de Caracol	81
27	Receta Estándar del Ceviche Volquetero	82
28	Receta Estándar de Ceviche de Trucha	82
29	Receta Estándar de Ceviche de Palmito con Tilapia	83
30	Receta Estándar de Trucha Asada	83
31	Receta Estándar de Tilapia al Vapor	84
32	Receta Estándar de Caldo de Carachama	84
33	Receta Estándar de Caldo de Tilapia	85
34	Receta Estándar de Huamag Yuyo de Bagre	85

35	Receta Estándar de Bocachico	86
36	Receta Estándar del Tamal de Papa China	86
37	Receta Estándar de la Chicha de Yuca	87
38	Receta Estándar de la Chicha de Chonta	87
39	Receta Estándar de Jugo Arazá	88
40	Receta Estándar de Hamburguesa de Tilapia	88
41	Receta Estándar de Suspiros de Yuca	89
42	Receta Estándar de Buñuelo de Yuca	90
43	Receta Estándar de Dulce de Arazá	90
44	Proyección de ventas con el 4,28% de inflación anual al 2011	91
45	Equipo de Cocina	93
46	Menaje y Vajilla	94
47	Requerimiento de Equipos de Computo	94
48	Requerimiento de Muebles y Enseres	95
49	Requerimiento de Suministros de Oficina	95
50	Requerimiento de Suministros de Limpieza	96
51	Materiales	96
52	Requisitos Legales para el Funcionamiento del Paradero.	123
53	Derechos, Deberes y Obligaciones Legales de la Empresa	124
54	Gastos de Constitución de la Empresa	124
55	Ciclo de Vida de la Empresa.	131
56	Gastos Publicidad	143
57	Competidores del Cantón Mera y la Parroquia de la Shell	145
58	Otras empresas competidoras	147

59	Descripción del Puesto de Gerente Administrativo	153
60	Descripción del Puesto de Chef Ejecutivo	154
61	Descripción del Puesto de Secretaria Recepcionista	155
62	Descripción del Puesto de Ayudante de Cocina	156
63	Descripción del Puesto de Steward	157
64	Descripción del Puesto de Mesero	158
65	Perfil del Gerente Administrativo	159
66	Perfil del Chef Ejecutivo	159
67	Perfil de la Secretaria Recepcionista	160
68	Perfil del Ayudante de Cocina	160
69	Perfil del Steward	161
70	Perfil del Mesero	161
71	Rol De Pagos	162
72	Programa Operativo Mensual.	164
73	Fuentes	172
74	Usos	173
75	Previsión de Ventas	175
76	Estado de Situación Inicial	176
77	Balance General	178
78	Depreciaciones	179
79	Estado de Pérdidas y Ganancias	179
80	Capital de Trabajo	180
81	Costos de Capital	181
82	Amortización del Préstamo	182

83	Ratios Económicos	183
84	Ratios Financieros	183
85	Ratios Operativos	184
86	Flujo de Efectivo	185
87	Valor Actual Neto (VAN)	185
88	Tasa Interna de Retorno (TIR)	186
89	Costos Fijos y Variables	188
90	Periodo de Recuperación de la Inversión	189
91	Matriz de Leopold, Estudio del Impacto Ambiental y Social.	193

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N.-	TÍTULO	PÁGINA
1	Porcentajes sobre el sexo de los turistas que visitaron el dique de Shell	46
2	Porcentajes sobre la edad de los turistas que visitaron el dique de Shell	47
3	Porcentaje de la residencia de los turistas que visitaron el dique de Shell	48
4	Criterio sobre los beneficios esperados relativo la creación de un paradero turístico gastronómico en el dique de Shell	49
5	Ocasión de la visita	50
6	Temporada de la visita	51
7	Calidad de servicio recibido en los establecimientos del cantón Mera	52
8	Prioridades a la hora de ir a un restaurante	53
9	Preferencias a la hora de desayunar	53
10	Preferencias gastronómicas de los turistas	55
11	Actividades que prefiere realizar en vacaciones	56

12	Por qué de la aceptación de un paradero turístico gastronómico en la Parroquia de la Shell	57
13	Micro-Localización	65
14	Plano Planta Baja	67
15	Plano Planta Alta	68
16	Plano del Paradero Turístico Gastronómico Crow	69
17	Flujo-grama del proceso de oferta del servicio desde que el cliente ingresa al Paradero Turístico Gastronómico Crow	73
18	Logotipo	137
19	Organigrama Estructural Centralizado	165
20	Organigrama Funcional	165

RESUMEN

Estructura del Proyecto de Pre-Inversión del Paradero Gastronómico Turístico Crow en la Parroquia de la Shell, Catón Mera, Provincia de Pastaza, su objetivo, estructurar un proyecto, estableciendo características socio demográficas de turistas que acuden al sector, mediante un estudio de mercado para determinar el Impacto Ambiental que trae consigo la ejecución del proyecto. Se aplicó una investigación de nivel descriptiva-explicativa, en el ámbito local y regional, utilizando análisis FODA de la competencia y encuestas empleadas a 376 turistas. Características socio demográficas, turistas nacionales y extranjeros, del sexo masculino el 57% y del sexo femenino el 43%; edades comprendidas entre 20 a 30 años el 37%, de 31 a 50 o más años 63%; el estudio de mercado determinó que existe un 100% de aceptación para su creación. En el análisis económico – financiero se observó que los ratios proyectaron resultados positivos: VAN \$ 30.781,97, TIR de 25%, la recuperación de la inversión se da a partir del tercer año, y una relación beneficio/costo de 1,06, con una inversión inicial de \$ \$75.560,06 siendo viable, por lo que se recomienda su implementación tomando en cuenta el plan de empresa. El impacto ambiental es

mínimo y controlable por tratarse de un área urbana donde no existe pérdida de especies endémicas en flora y fauna.

SUMARY

This investigation was carried out to structure a project of Pre Investment Gastronomic Tourist Whereabouts Crow, in Shell Mera city, Pastaza province, its objective is to establish demographic characteristic partner tourist' that go to the sector, by means of a study to determine the Environmental Impact that brings to get the execution from project. A descriptive and explanatory level investigation was applied, at local and regional environment, using analysis of strength, opportunity, weakness and threats, of competence and surveys used 376 tourists. The national and foreign demographic, tourist characteristic partner, in masculine sex 57% and feminine sex 43%, age among 20 to 30 years 37%, 31 to 50 or more years 63%; the study determined that 100% acceptance for its creation. In the financial analysis it was observed that the data projected positive results: VAN \$30.781,97, TIR of 25%, the recovery of investment is give starting to third years a benefit/cost ratio of 1,06, with an initial investment of \$75.560,06 being viable, therefore recommended for implementation taking into account business plan, environmental impact is minimum and controllable because it is an urban area where no loss of endemic species of flora and fauna.

I.INTRODUCCIÓN

Existen factores que están impulsando a que la cultura gastronómica ecuatoriana se vea amenazada por la influencia de culturas de otros países y por ende la introducción de alimentos de los mismos; como la comida rápida, que no nos permiten aprovechar todo el potencial gastronómico que se tiene en cada región del Ecuador.

El turismo-gastronómico es un importante sector económico y un fenómeno interdependiente que asienta su desarrollo directamente sobre el territorio y el uso de sus recursos naturales. Las distintas fases de consumo de un producto gastronómico, guardan relación con la cultura del lugar, su medio ambiente, dándonos una idea más clara de su historia.

El turismo-gastronómico depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.). La gastronomía actualmente está manifestándose como un producto que constantemente evoluciona, especialmente en el Ecuador, el cual consta día a día de más establecimientos con toda clase de ofertas tanto de comida, bebida, alojamiento y entretenimiento que forman parte fundamental de la industria turística, permitiendo ser competitivos.

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), en una Misión de Identificación de Oportunidades de Cooperación Técnica en Turismo Rural en Ecuador, manifestó, que el turismo es considerado como una oportunidad y un motor generadores de desarrollo en el territorio rural, sobre todo en territorios con potencialidades como los que posee el Ecuador.

Varios son los factores que definen la percepción turística de un espacio rural, son su biodiversidad, su paisaje, sus recursos, sus tradiciones, entre otros, predominando lo natural, como en Ecuador que es fuente de grandes recursos y poseedor de una infinita biodiversidad en fauna y flora, dueño también de un paisaje nativo único por poseer 4 regiones, costa, sierra, oriente e insular.

Ecuador posee territorios en donde se han desarrollado emprendimientos exitosos en ecoturismo, turismo de aventura y deporte, turismo extremo, entre otros. Pero de igual manera, Ecuador es un territorio apto para recibir nuevas propuestas de turismo comunitario, turismo gastronómico y cultural, agroturismo, turismo de bienestar y salud.

Para mejorar la economía rural de un territorio, el turismo rural debe convertirse en una herramienta básica de promoción y comercialización de los productos agroalimentarios locales vinculados a la gastronomía; además de ser un promotor de los productos artesanales, culturales y naturales del territorio.

Es por esto que en la Parroquia de La Shell, se percibe notablemente que sus habitantes se limitan a ofrecer servicios y productos en su mayoría carentes de variedad y su única diferencia radica en la forma del servicio, malos hábitos en el expendio y preparación de sus alimentos, un estilo de vida conformista, entre otros.

Existe una cantidad limitada de opciones por las cuales los turistas puedan acceder, por esta razón se ha visto la oportunidad basándonos en comentarios como el del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), de desarrollar un paradero turístico gastronómico, el mismo que va a estar ubicado en una zona estratégicamente estudiada, donde se fomente el turismo gastronómico y sobre todo donde no existe competencia, puesto que los locales existentes, son en su mayoría de distracción, de expendio de comida rápida, y muy pocos de comida típica, los cuales se caracterizan por estar alejados de la zona y principalmente por carecer de identidad propia en lo que a preparación de alimentos se refiere.

La creación de un paradero gastronómico-turístico parte de un concepto más amplio como lo es el de satisfacer las necesidades de los clientes sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones, para atender sus propias necesidades o mejor diferenciado como desarrollo sostenible, dando a conocer de una manera creativa los diferentes platos típicos existentes y que se ofertan en la presente tesis.

II.OBJETIVOS

a. GENERAL

Estructurar el proyecto de Pre-inversión de un Paradero Gastronómico Turístico, en la Parroquia de la Shell. Cantón Mera, Provincia de Pastaza. 2011.

b. ESPECÍFICOS

- Establecer las características socio demográficas de los turistas que acuden al sector.
- Desarrollar un estudio de mercado para el proyecto de pre-inversión del paradero gastronómico turístico.
- Establecer el Impacto Ambiental que trae consigo la ejecución del proyecto.
- Determinar la viabilidad Económico-Financiera, del proyecto.

III.MARCO TEÓRICO

a. TURISMO

Comprende "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

b. TURISMO GASTRONÓMICO

El turismo-gastronómico es una forma de hacer turismo, en la que la gastronomía del lugar visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. Es una opción de aventura nueva, que no solo está dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs, más bien está enfocado a todos quienes estén dispuestos a experimentar aventuras culinarias. Uno de los principales objetivos de este tipo de turismo es el de ser sorprendido con desconocidos pero a su vez placenteros sabores y/o preparaciones culinarias.

Como sostiene Helena Ullastres, geógrafa y responsable de campañas de sensibilización y educación ambiental de la organización *Eco mediterránea*, en su documento "*El paisaje, objeto de la mirada turística*", el turismo debería reunir las siguientes características:

- PLANIFICADO: debe tomar en cuenta las condiciones actuales (diagnósticos) y las perspectivas futuras para definir una estrategia de sostenibilidad, tomando en cuenta el contexto humano, físico, social, económico y ambiental.
- INTEGRADO: la oferta turística debe ser el resultado natural de todos los recursos turísticos locales, (ecológicos, culturales, monumentales, artísticos, gastronómicos, folklóricos, mágico religiosos, etc.).
- ABIERTO: siendo local, debe estar abierto al contexto y a los espacios territoriales próximos.
- DIMENSIONADO: temporal y espacialmente. Es decir, propender a eliminar la estacionalidad en periodos y territorios limitados.
- PARTICIPATIVO: participación de todos los agentes que intervienen en el proceso turístico (gobiernos, empresas, población local).

c. IMPACTOS DEL TURISMO GASTRONÓMICO

La implantación de cualquier tipo de actividad, que no exista con anterioridad en un área, comporta inevitablemente una serie de impactos positivos y negativos. La evaluación de estos impactos, nos permitirá saber si los beneficios superan los costos, si no fuese así no valdría la pena realizar una actividad turística.

El turismo gastronómico como ya se manifestó, es una herramienta primordial para la conservación de los sistemas naturales en las áreas en que se planifique, además de contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades locales. Obviamente si esta actividad se lleva a cabo de manera desorganizada, descontrolada y con poca planificación puede ser la causa de innumerables daños y perjuicios totalmente irreversibles para el medio natural como también el cultural, llegando irónicamente a destruir los propios recursos que se constituyen en la base principal de su atractivo. A esta injerencia se le conoce con el término de "impacto" y en términos generales los hay positivos y negativos.

Estos impactos pueden ser:

- Económicos
- Socioculturales
- Ambientales

i.Impactos Económicos

El turismo gastronómico se lo considera como un eficiente motor del desarrollo económico, generando plazas de trabajo, restaurando infraestructuras, impulsando otras actividades productivas, revalorizar los recursos y alimentos autóctonos o equilibrando balanzas de pagos nacionales.

Generalmente, el gasto turístico (consumo realizado por el visitante durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino), supone un aumento en los ingresos de la economía de la zona receptora, con efectos diferentes:

1. Efectos Primarios: son los efectos directos, fáciles de medir. Son gastos hechos directamente por el visitante a empresas turísticas (hoteles, restaurantes, taxis, etc.), dinero que el turista paga directamente a la empresa.

2. Efectos Secundarios: dinero recibido por los establecimientos turísticos, que es un filtro en la economía local, que produce otros efectos:

- Efectos Secundarios Directos: parte de este dinero se destina a la promoción exterior del lugar de destino, a importaciones necesarias por ofrecer el servicio, a pagar comisiones de las agencias de viajes, inversiones, etc.
- Efectos Secundarios Indirectos: otra parte de estos ingresos de las empresas turísticas, será gastada por proveedores, servicios, etc.
- Efectos Secundarios Inducidos: Otra parte irá a parar a las economías domésticas, en forma de salarios.

3. Efectos Terciarios: gastos que no están directamente asociadas al turismo, pero sí que pueden estar relacionados.

ii. Impactos Socioculturales

Son el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y visitantes, durante su estancia en un destino turístico. La intensidad de estos impactos variará dependiendo del tipo de visitante y de factores espacio-temporales.

El encuentro entre turista y residente, puede darse en 3 contextos diferentes:

- Cuando el visitante adquiere un bien o servicio del residente.
- Cuando los 2 grupos, residentes y visitantes, comparten el mismo espacio físico.
- Cuando los 2 intercambian información y/o ideas.

Los dos primeros casos son los más frecuentes.

La importancia de los efectos de la actividad turístico-gastronómica asuma sobre la sociedad y la cultura del área receptora dependerá en mayor parte, de las diferencias socioculturales entre visitantes y residentes (religiosas, estilos de vida, creencias, comportamiento, valores...). Como mayores sean estas diferencias, mayores serán los impactos.

Incluso cuando no existe contacto directo entre visitante y residente, la simple observación de los visitantes, puede provocar cambios en las actitudes o escalas de valores por parte de los habitantes. Es el llamado efecto demostrativo. Podríamos decir que el intercambio de "cultura" será sólo positivo si los visitantes son ecológica y socialmente conscientes, por tanto, respetuosos con el entorno de los lugares que visiten. Podremos distinguir:

1. Impactos Directos:

Transformaciones relacionadas con el establecimiento de nuevas formas de comunicación, transporte e infraestructuras.

2. Impactos Inducidos:

Aparecen como consecuencia del aumento del nivel de vida originado por el turismo, modificando la prioridad en las necesidades de consumo de los residentes y acelerando los cambios sociales.

Mientras el volumen de turistas y los impactos se mantengan en unos límites razonables, la actividad turística es positiva para los residentes. Si los límites de tolerancia se sobrepasan, los efectos causados en la zona y en los residentes, pueden significar una pérdida de calidad de la estancia y del destino por el mismo turista.

3. Impactos Socioculturales Positivos:

- El turismo gastronómico puede favorecer una concienciación sobre la singularidad histórica y cultural de una comunidad, contribuyendo a la rehabilitación y conservación de comidas típicas, monumentos, edificios, lugares históricos, rehabilitación de costumbres, tradiciones, artesanía, folklore, etc.
- La actividad turística acostumbra a acelerar los cambios sociales, tolerancia y bienestar, permiten romper con las barreras entre clases.
- El turismo gastronómico permite un intercambio cultural entre los diferentes colectivos.

4. Impactos Socioculturales Negativos:

- Des-culturalización del lugar de destino, la pérdida o cambio de sus platos típicos por otros nuevos traídos por la migración, haciendo desaparecer la cultura más débil de la comunidad receptora, delante la cultura más fuerte del visitante, o bien sobre explotando las tradiciones locales, hasta el punto de borrar la autenticidad y su significado real.
- El desarrollo turístico gastronómico puede facilitar la difusión de imágenes estereotipadas, frenando toda posibilidad de intercambio cultural.

iii. Impactos Ambientales

1. Aspectos Positivos:

- El turismo gastronómico puede ser el estímulo necesario para adoptar medidas de mejora y conservación ambientales.
- También las actividades turístico-gastronómicas pueden convencer a la población local para que proteja su entorno y cree zonas de especial protección, como parques naturales.
- Sensibilización de la población local.
- Fomentar el turismo gastronómico.

2. Aspectos Negativos:

- Cambios que provoquen una transformación irreversible del entorno, como por ejemplo el crecimiento urbano excesivo, no integrado en el paisaje, rompiendo el equilibrio biológico de la zona.
- Regresión del espacio natural, creando espacios artificiales: vías de comunicación, zonas industriales, de ocio, residencias secundarias, reemplazando la vegetación autóctona por plantas exóticas, etc.
- Generación de residuos que provoquen problemas de depuración de aguas residuales y recogida de basura, creación vertidos incontrolados, etc.
- Erosión y degradación del entorno a causa de las actividades turísticas, de las playas, caminos polución, agotamiento de los acuíferos, deterioro del hábitat de flora y fauna, etc.

El objetivo de los estudios de impacto es primordialmente para asegurar que esos impactos ambientales inevitables, no excedan los límites de cambio aceptable determinados por una buena planificación y desarrollo de un turismo sostenible.

Poder controlar los posibles impactos que puede causar un turismo gastronómico no planificado requiere de medidas administrativas bien fundamentadas y aplicadas, resultado de una cohesión y voluntad política por cada uno de los actores que intervienen en el desarrollo del turismo gastronómico.

d. LOS RECURSOS AMBIENTALES Y LA DEMANDA TURÍSTICA

La actividad turístico-gastronómica utiliza recursos naturales y los transforma, o sea, los usa-consume e impacta sobre ellos.

Los recursos que utiliza pertenecen a tres categorías básicas:

- El territorio y paisaje: para situar equipamientos e infraestructuras.
- Vectores ambientales = componentes abióticos que son el soporte de numerosos procesos implícitos del desarrollo de una actividad turístico-gastronómica y que, como consecuencia, resultan contaminados.
- Las comunidades naturales = componentes o recursos bióticos que pueden o no ser parte de la propia actividad turístico-gastronómica y que también resultan impactadas, alteradas (directa o indirectamente).

e. RELACIÓN DEL TURISMO GASTRONÓMICO CON LOS RECURSOS NATURALES

El turismo gastronómico y los elementos de la naturaleza que la sociedad utiliza para satisfacer sus necesidades, más conocido como recursos naturales, están estrechamente relacionados, puesto que el medio ambiente es la materia prima del turismo gastronómico, por esta razón resulta imperativo buscar un punto de equilibrio entre el uso y la protección de los recursos naturales, para que el atractivo turístico se perpetúe en el tiempo.

La protección y el manejo del ambiente natural influenciado por el hombre, según Boullón (2000), es un tema de interés y responsabilidad para los agentes involucrados en el fenómeno turístico y reclama una postura ética de estos agentes en las comunidades anfitrionas y en los ambientes visitados.

f. LÍMITES AL USO DE LOS RECURSOS

Cualquier recurso (natural o cultural) admite un determinado nivel de uso que una vez superado dará inicio a un proceso de degradación-perdida de recursos recuperable o irreversible.

La capacidad de carga existe desde un punto de vista técnico o cuantitativo para establecer el nivel máximo de utilización-ocupación que puede admitir cada recurso. Se trata de un concepto complejo y compuesto, integrado por varios elementos. Puede ser:

1. FÍSICA: Es el espacio físico disponible el cual no puede acoger a más visitantes sin que eso implique un claro deterioro de la estancia de los mismos en este espacio.
2. ECOLÓGICA: Los impactos ecológicos producidos, tanto por los visitantes, como por los servicios y equipamientos que se requiere, resultan inaceptables para el medio ambiente. ¿cuántos visitantes "anuales" admite un determinado espacio turístico?
3. CULTURAL: Número de visitantes a partir del cual los recursos naturales, culturales, históricos, arqueológicos comienzan a deteriorarse. ¿cuántos visitantes admite?
4. SOCIAL: En relación con los TURISTAS: nivel a partir del cual la satisfacción de los visitantes se reduce como consecuencia de la masificación y del deterioro de ese destino.

g. GASTRÓNOMO

Persona conocedora del arte de comer. Según la Real Academia de la Lengua Española, Gourmet es Gastrónomo en español, y lo definen como:

- Persona entendida en gastronomía.

- Persona aficionada a las comidas exquisitas.

Pero especificando un poco más allá de lo que dice el diccionario, diremos que un gastrónomo es toda aquella persona con gusto delicado y exquisito paladar, conocedor de los platos de cocina significativamente refinados, que tiene la capacidad de ser catador de talentos de gastronomía al probar el nivel de sabor, fineza y calidad de ciertos alimentos y vinos.

h. BENEFICIOS DE LA GASTRONOMÍA

La gastronomía forma parte del bagaje cultural de los pueblos. Se puede conocer mucho de un pueblo a través de su gastronomía. Nos da información de las costumbres, su riqueza de ingredientes, su antigüedad, su aprovechamiento de los recursos locales y hasta de la forma en que se relaciona con otras culturas.

La gastronomía no solo es un arte que se basa en la práctica de poner la mesa y cocinar, sino que también es la oportunidad de conocer otras costumbres alimentarias, probar nuevas recetas, ingredientes e incluso de alimentarse de forma sana y controlada. Con una guía nos permite conocer más acerca de un tema o un lugar en concreto a la vez que se ofrece otros tipos de servicios como el de situar otros centros de interés en el mapa o de localizar lugares o temas relacionados con aquella visita.

i. USOS Y TÉCNICAS

Existen muchos usos y técnicas utilizadas en la gastronomía para dar el toque deseado agradando así el gusto de nuestros clientes más exigentes, empezando desde que el cliente ve el plato, dándole la finura y la clase que nuestros clientes esperan de una manera sana, evitando al máximo contaminantes artificiales.

Las técnicas para cocinar un alimento que van a enriquecer o empobrecer dicho alimento según el procedimiento de cocción empleado son variados como: la cocción en agua, cocción al vapor, estofados, cocción a presión, asado, cocción por microondas, cocción al grill, fritos y así muchas técnicas que dan realce a los platos.

Al hablar de usos y técnicas se habla también de todos y cada uno de los procesos que se va a procurar en la cocina, en el restaurante, como también en el resto del paradero gastronómico turístico a la hora de preparar un plato, de servirlo, e incluso de retirarlo, como también los tipos de montajes que se van a utilizar para cada día, la decoración que va a ser variada y constante, los cuales son factores muy importantes que influyen en gran medida para brindar una atención de calidad a los clientes quienes se merecen lo mejor y para lo cual me he preparado.

j. LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA DE LA SHELL

El turismo gastronómico está adquiriendo cada vez mayor importancia en Ecuador así como en otros países del mundo. Sin embargo, a diferencia de otros destinos el fenómeno no está muy estudiado en la Parroquia de la Shell y en la mayoría de casos, se lo analiza sólo como un elemento asociado al negocio de la hotelería. Este trabajo pretende mostrar la importancia de la gastronomía como atracción principal mediante el estudio de casos en la Parroquia de la Shell, donde el turismo y la gastronomía de la zona son sin duda la razón que motiva el desplazamiento de personas para ser la base de la economía local.

k. IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA

Es de vital importancia dar a conocer el paraíso turístico gastronómico que encontramos en la provincia de Pastaza, especialmente en el cantón Mera, Parroquia de la Shell, en vista de que posee extraordinarios atractivos turísticos, muchos privados y otros manejados por la administración municipal. Los 10 recursos turísticos más importantes de la provincia involucran paseos ecológicos en senderos bien cuidados, observación de animales silvestres propios de la Amazonía, ríos y cascadas enclavados en el bosque tropical húmedo, así como modernas instalaciones de olas artificiales, piscinas y toboganes, ríos represados en forma de diques, entre otras.

Al visitar la provincia se puede tener una visión más profunda y global de lo que la Amazonía ecuatoriana posee y ofrece en cuanto a recursos naturales y turismo- gastronómico.

Gracias a esto, encontramos una Provincia en la que el turismo gastronómico está brindando una nueva faceta en la que los atractivos tanto naturales como artificiales son el eje fundamental para la atracción de los clientes y agregando que es una fuente de ingresos fundamental para la provincia además que se ofrece fuentes de trabajo para los pobladores de la zona, para contrarrestar de alguna manera la migración que hoy en día es muy común.

I. PLATOS TÍPICOS DE LA ZONA

Entre los platos que en la Provincia de Pastaza se prepara, podemos encontrar:

- Chontaduro
- Chontacuro
- Maito
- Maito de carachama
- Maito de Garabato yuyo y Palmito (Santa Clara)
- Garabato Yuyo (especie de helecho)
- Maito de trucha
- Maito de tilapia con palmito
- Seco de Guanta
- Rana al vapor (ancas de rana)
- Ceviche de Caracol (Santa Clara)
- Ceviche Volquetero

- Ceviche de Trucha
- Ceviche de Palmito con Tilapia
- Trucha asada
- Tilapia al vapor, al horno, asado
- Caldo de Carachama (Santa Clara)
- Caldo de Tilapia
- Huamag Yuyo de Bagre
- Bocachico
- Tamal de Papa China
- Chicha de Yuca y Chonta
- El Arazá

m. PRODUCTOS TÍPICOS DE LA ZONA

Entre los principales productos que encontramos en la zona están:

- Chontaduro
- Chontacuro
- Maito
- Carachama
- Garabato Yuyo (especie de helecho)
- Palmito
- Trucha
- Tilapia
- Guanta

- Rana (ancas de rana)
- Caracol
- Huamag Yuyo (guadua tierna)
- Bagre de agua dulce
- Bocachico
- Papa China
- Yuca
- Chonta
- Naranjilla
- El Arazá

n. Características de los alimentos de la zona

- **Chontaduro.-** Pupunha (pupuña), pijuayo, pixbae, cachipay, pejibaye, tembe (*Bactris gasipaes* Kunth) es una planta de la familia de las arecáceas (la de las palmeras), de hasta 20m. de alto, nativa de las regiones tropicales y subtropicales de América. Se aprovecha su fruto, una drupa de gran valor alimentario, su madera y el cogollo tierno, que se cosecha para extraer palmito. En Colombia, en la inmensa mayoría del país se le llama chontaduro, mientras que en las zonas del eje cafetero se le llama y/o se le conoce como "cachipay". El Tambo (Colombia), en el Departamento del Cauca, es el mayor productor de chontaduro en el país.

En el Ecuador se encuentra en la zona oriental, donde muchas etnias indígenas (por ej. Shuar, Quichua) utilizan la Palma de Chonta para la preparación de la chicha. También se consume el palmito y las hojas para colorar canastos.

- **Chontacuro.-** gusano de las palmas de chonta, con un promedio de 6 cm. que es muy apetecido por su sabor y proteínas. Se le atribuye además, varias propiedades curativas para el estómago y se lo prepara en varias formas, asado a la brasa, fritos o en maitos.
- **Maito,** no es nada más que las carnes de animales envueltas con la hoja de Yaki-panga, que son asados en leña. Para acompañar se puede servir con yuca, plátano y un poco de ají. Y si tiene un poco de sed, nada mejor que un vaso de de chicha de yuca o chonta.
- **Maito de carachama.-** Es una preparación que constituye parte de la identidad cultural de los pueblos amazónicos, en varias provincias lo denominan maito o ayampaco, de igual forma se lo conoce el pez como caracha o carachama, aderezada con sal, cocido a las brasas envuelto en una hoja de bijao (*Heliconia bihai*) o de achira (*Canna indica*) junto con trozos de yuca, y luego servido con cebollas marinadas en limón y sal.
- **Carachama:** es un pez de agua dulce característico de la zona.
- **Maito de Garabato yuyo y Palmito (Santa Clara).-** Se coloca una pequeña porción de chontaduro, palmito y garabato yuyo, en una hoja de vijawa, de ahí el nombre de maito, luego se lo amarra y se cocinar en una parrilla por unos 15 minutos.

- **Garabato Yuyo (especie de helecho):** Se lo cocina y se sirve como ensaladas, estofados de carne o tortilla (con huevos).
- **Maito de trucha.-** La trucha es un pez que se está cultivando en las zonas altas de la Amazonia. Se lo puede adquirir en Mera, provincia de Pastaza. Se prepara la trucha, aderezada con sal, cocido a las brasas envuelto en una hoja de bijao (*Heliconia bihai*) o de achira (*Canna indica*) con vino blanco y verduras, terminando su preparación con queso gratinado, acompañado de yuca y ensalada de la casa).
- **Maito de tilapia con palmito.-** Se ha preparado este plato desde la introducción de la tilapia a la región Amazónica, el maito es una técnica que han utilizado las Nacionalidades desde hace varias décadas. Este plato se lo puede saborear en toda la región amazónica. Este plato consiste en el pescado envuelto en hojas de bijao, y adobado con especias de la selva, se lo pone a la brasa por alrededor de media hora y se los sirve con abundante yuca y plátano cocinado y palmito.
- **Seco de Guanta.-** Para algunos podrá ser raro probar un seco de guanta, pero cómo rechazarlo, sin antes probarlo. No es más que una carne estofada con patacones, arroz y yuca.
- **Rana al vapor (ancas de rana).-** Las ancas de rana es una preparación original, pues los componentes nutricionales de la carne de rana son abundantes, no contiene colesterol y por el contrario es rica en enzimas muy beneficiosas para la salud. Se puede degustar este plato en el Cantón Santa Clara, provincia de Pastaza.

- **Ceviche de Caracol (Santa Clara).**- El caracol es una especie que está siendo cultivada en algunas fincas y centros de recreación, se utiliza en especial para hacer el ceviche, que es muy apetecido por los turistas. Se lo puede encontrar en las provincias de Pastaza, Morona Santiago y Napo.
- **Ceviche Volquetero.**- Este plato nació de la necesidad de brindar un alimento alternativo para los choferes de volquetas que trabajaban en la construcción de carreteras hace más de 30 años, por lo que adoptó el nombre de “EL Volquetero”. Creado por el Sr. Homero Escobar del restaurante Astoria (Puyo). Actualmente se lo vende en varios establecimientos de la provincia de Pastaza específicamente en el Malecón Boayaku Puyo.
- **Ceviche de Trucha.**- Una opción más para degustar es el ceviche de trucha preparado con productos de la zona, primero colocamos los trozos de trucha en una fuente. Agregar el ajo molido, pimienta y ají molido. Mezclar. Bañar con el jugo de limón y sazonar con sal. Cubrir con la cebolla, el perejil y el cilantro picado. Sazonar con sal encima de la cebolla y rociar con un poco más de limón. Adornar con el rocoto en rodajas. Servir con lechuga, rodajas de tomate y choclo.
- **Ceviche de Palmito con Tilapia.**- El ceviche es una preparación de origen costeño. Los colonos han llevado consigo en su gastronomía y se ha ido fusionando con productos de la zona. Se lo puede degustar en las provincias de Morona Santiago y Pastaza. Corte el palmito en medallones al igual que la tilapia y colocar en un tazón. Agregar el jugo de limón, el jugo de naranja, la cebolla, el cilantro, el perejil, la mostaza, la salsa de tomate y el ají picado.

Salpimentar al gusto e incorporar el aceite de oliva. Dejar enfriar y servir con chifles de plátano verde o maíz tostado.

- **Trucha asada.-** Sazonar las truchas y colócalas en una fuente. Vierte el vino y un chorro de aceite. Aplasta los granos de pimienta con un cuchillo y añádelos a la fuente. Deja macerar durante 15 minutos. Limpia las patatitas, colócalas en una cazuela, añade un par de puñados de sal, vierte agua casi hasta cubrir y cuécelas durante 20 minutos aproximadamente. Retira el agua de la cazuela y déjalas a fuego suave para que se sequen bien. Tápalas con un trapo y resérvalas. Coloca las truchas en una fuente apta para el horno, riégalas con parte del líquido de la maceración y ásalas en el horno (previamente calentado) a 200°C durante 10 minutos. Para el mojo verde, pica los dientes de ajo y colócalos en un mortero, agrega un poco de sal, una pizca de comino y de cilantro en grano, unas ramitas de cilantro picadas y maja todo bien. Vierte un poco de aceite, vinagre y agua y mezcla. Sirve las truchas en una fuente y rocíalas con el líquido de la fuente. Acompáñalas con las patatas cortadas por la mitad y regadas con el mojo verde. Decora con una rama de perejil. Sirve el resto de mojo en una salsera. Las semillas del cilantro, que realmente son sus frutas desecadas, se utilizan como especias, mientras que las hojas, de color verde intenso, pequeño y ligeramente redondeado, son utilizadas como condimento y presentan un sabor más fuerte que el de las semillas.
- **Tilapia al vapor, al horno, asado.-** La tilapia es una especie introducida que se ha adaptado muy bien al medio y se puede preparar al vapor, asado, frito, etc., se lo encuentra fácilmente en los mercados, pues hay gran cantidad de

criaderos. Se lo puede consumir en toda la Amazonia en los lugares de comida típica.

- **Caldo de Carachama (Santa Clara).**- Se la deja hervir por 30 min con los aliños respectivos, se lo sirve acompañado de plátano llurimahua, o yuca. Es exhibido en ferias de turismo o gastronómicas dentro y fuera de la provincia.
- **Caldo de Tilapia.**- Preparación tradicional de las Nacionalidades de la Amazonia con la sazón peculiar en el que solo se incluye sal y agua. La tilapia es un pez introducido en la región, de fácil manejo y reproducción, este plato es fácil degustarlo dentro de las comunidades indígenas en toda la región Amazónica y en los restaurantes de comida tradicional.
- **Huamag Yuyo (guadua tierna) de Bagre.**- Preparar el huamag yuyo para el visitante es una muestra de beneplácito, pues conseguir el huamag yuyo y el prepararlo tiene algo de dificultad por lo que lo hacen solo en ocasiones especiales. Las Nacionalidades utilizaron el huamag yuyo (guadua tierna) desde tiempos no registrados por lo que es una herencia de sus antepasados. Este plato podemos saborear en las festividades de Arajuno, provincia de Pastaza.
- **Bocachico:** El bocachico es un pez de agua dulce. Es un pez de tamaño mediano, los ejemplares más grandes alcanzan hasta 50 cm de longitud. La boca es pequeña y carnosa (de aquí su nombre común) y los dientes diminutos están dispuestos sólo en los labios (no en las mandíbulas, como en muchos otros peces). La aleta dorsal presenta una espina punzante. El color general es plateado, con aletas algo rojizas o amarillentas.

- **Tamal de Papa China.-** Tomando como base la papa china, que posee altos nutrientes se prepara este tamal; dando un uso adecuado a productos del medio. Este plato se lo puede adquirir en el Cantón Santa Clara, provincia de Pastaza.
- **Chicha de Yuca y Chonta.-** Es una bebida típica de las nacionalidades indígenas, con la pulpa de la yuca o chonta fermentada.
- **El Arazá.-** (*Eugenia stipitata*) es un arbusto perteneciente a la familia de las mirtáceas. Es originario de la Amazonia Ecuatoriana, donde se encuentra la mayor concentración de plantas en estado natural. Su cultivo se ha extendido dentro de la Amazonia, en el Ecuador, Colombia, Perú y Brasil. También es conocido como membrillo o guayaba amazónica. Su fruto tiene excelente sabor y aroma.

o. CULTURA ALIMENTARIA EN LA PARROQUIA DE LA SHELL

Para poder entender de mejor manera la cultura alimentaria en la Parroquia de la Shell, debemos entender que es la cultura alimentaria ya que no está basada en lo que necesita nuestro metabolismo, sino en lo que ofrece la industria.

La alimentación es una necesidad básica del individuo y la cultura alimentaria coloca en un lugar destacado las repercusiones de los alimentos en la salud y

en el modelo de enfermar. El hombre ha sido siempre consciente del papel de la alimentación en la salud. Atribuye un súbito malestar a lo último que ha ingerido o a las condiciones de su preparación.

Etimológicamente, CULTURA deriva del latín colere (cultivar). Su acepción primitiva se refiere al cultivo de la tierra (agricultura). Cicerón lo aplicó al cultivo del espíritu, y así surgió el significado humanista y clásico de la palabra cultura, que ha predominado hasta hace poco. Para E.B.Tylor "CULTURA es la totalidad compleja que incluye conocimientos, creencias, arte, ley, costumbres y cualquier otra capacidad y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad". Young da la siguiente definición de CULTURA, señalando son "pautas más o menos organizadas y persistentes de hábitos, ideas, actitudes y valores que son transmitidos a los niños por sus mayores o por otros grupos mientras crecen".

Parsons, describe a la CULTURA como un "sistema de símbolos creados por el hombre, compartidos, convencionales, y por cierto, aprendidos, que suministran a los seres humanos un marco significativo dentro del cual pueden orientarse en sus relaciones recíprocas, en su relación con el mundo que lo rodea y su relación consigo mismos. Las anteriores definiciones son muy significativas y su valor adquiere una gran relevancia en referencia a los pronunciamientos que hacemos en el campo de la Cultura Alimentaria, ya que las anteriores definiciones nos permiten revalorar al alimento como un elemento de funcionalidad o disfunción dado que establece la sociabilidad, contribuye a la armonía entre algunos grupos

e individuos, además de que representa valores, costumbres y tradiciones, y en algunos grupos o sociedades se distingue como un símbolo que en sus diversidades y características representa unidad, tradición, status, distinción, en ciertos casos conlleva una carga de significados espirituales o de éxito al ser considerado un elemento de transferencia de actitudes, sentimientos negativos o positivos para con los demás.

Podemos llegar a la conclusión de que cultura alimentaria es la forma en la que el hombre ha aprendido el arte de alimentarse basándose en sus creencias, costumbres, ideología, etc. Y como es de esperarse en la Parroquia de la Shell, se ha visto una total falencia en este tema, ya que no se tiene definida la cultura alimenticia por influencia de factores externos como la migración, la llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros que aportan sus conocimientos y deseos de otro tipo de comida en donde se ha empezado a perder gran parte de la cultura alimentaria de la zona, la cual tiene mucha riqueza no explotada o explotada reducidamente.

Por esta razón se ve la necesidad de aportar en el paradero turístico gastronómico platos típicos de la zona, manteniendo tradiciones, pero cuidando su elaboración, agregando los conocimientos culinarios necesarios para que los clientes se sientan a gusto comiendo de una manera sana, con platos preparados naturalmente.

p. PARADOR

La palabra parador aparece citada en muchos textos clásicos españoles. La filosofía básica de paradores fue, dada en vista de que el Estado favorecería la oferta de plazas hoteleras en lugares donde la iniciativa privada encontraría poco rentable hacerlo. La concepción del Marqués de la Vega-Inclán, es que, siempre que esto sea posible, se aprovechen antiguos monumentos, viejos hospicios, palacios, castillos o conventos para la instalación del parador, de acuerdo a sus características se aplico de forma diferente cuatro tipologías: paradores, albergues de carretera, refugios, hosterías (solo restaurantes).

q. PROYECTO

Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definidos. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto.

Un proyecto es reunir varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto

finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles.

r. TIPOS DE PROYECTOS

Un proyecto también es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único.

Existen múltiples clasificaciones de los proyectos, una de ellas los considera como productivos y públicos:

i. Proyecto productivo: Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos.

ii. Proyecto público o social: Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son el estado, los organismos multilaterales, las ONG y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social.

Otras formas de realizar la clasificación de los proyectos son las siguientes:

Basándose en el contenido del proyecto Proyectos de construcción:

➤ Proyectos de Informática

- Proyectos empresariales
- Proyectos de desarrollo de productos

Basándose en la organización participante Proyectos Internos

- Proyectos de departamento
- Proyectos de unidades cruzadas
- Proyectos externos (de imagen corporativa)

Basándose en la complejidad Proyectos Simples

- Proyectos complejos
- Proyectos técnicos
- Programas
- Mega proyectos
- Proyectos de vida
- Proyectos escolares.

s. PRE-INVERSIÓN

El proceso de pre-inversión se refiere a la transformación de ideas, de proyectos en estudios técnicos-económicos que sirvan para decidir acerca de la ejecución de un proyecto.

Implica identificar ideas de inversión, formular, evaluar y seleccionar los proyectos más rentables desde el punto de vista económico-social. Este primer estado tiene distintas fases:

- i. **Etapas de idea:** identificar necesidad insatisfecha o problema por resolver, posibles beneficios, localización geográfica y objetivos.
- ii. **Etapas de perfil:** se incorpora información adicional y se precisa la proveniente de la etapa anterior por cuantificación preliminar del mercado y tamaño del proyecto, alternativas técnicas, estimación de montos de inversión, costos de operación, vida útil. Se puede hacer evaluación preliminar.
- iii. **Etapas de pre-factibilidad:** se precisa con mayor detalle la información anterior, se incorporan datos adicionales para permitir descartar ciertas alternativas y perfeccionar las restantes. Para cada alternativa se harán evaluaciones económicas y técnicas para identificar las mejores y descartar las restantes.
- iv. **Etapas de factibilidad:** consiste en perfeccionar la alternativa que haya resultado con mayor Valor Actual Neto (VAN) positivo en la etapa anterior, reduciendo su rango de incertidumbre a límites aceptables. Se efectúa análisis de sensibilidad.

- v. **Etapas de diseño definitivo:** se elabora el diseño de ingeniería, se ajustan detalles finales previos a la etapa de ejecución y se elaboran bases para la propuesta o licitación.

t. **PROYECTO DE INVERSIÓN**

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

u. **OPERACIÓN**

Consiste en poner en marcha los proyectos y generar los beneficios netos estimados en la pre-inversión.

IV.METODOLOGÍA

a. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

El Cantón Mera se halla ubicado al oeste de la Provincia de Pastaza, a 1150 MSNM, su posición astronómica es de 78°5' de longitud occidental y a 1° 30' de latitud sur., tiene una extensión de 601.1Km². Limitando, al norte con la Provincia de Napo, al sur con la Provincia de Morona Santiago, al este con el Cantón Pastaza y al oeste con la Provincia de Tungurahua y Morona Santiago.

La Shell constituye una parroquia estratégica de la Provincia de Pastaza, además es la más poblada después del Puyo, aunque no se encuentra en el grupo de los pueblos más antiguos.

Limita al norte con la Parroquia de Mera, al sur con la Parroquia Madre Tierra, al este con la Parroquia Puyo y Cantón Pastaza y al oeste con la Provincia de Morona Santiago. Posee una extensión de 38 Km². Su parroquialización es el 29 de diciembre de 1966. Tiene una población de 5.940 habitantes (INEC 2001), de los cuales 3.210 son hombres y 2.730 son mujeres.

Entre los principales caseríos encontramos: Moravia, Bellavista, El Barranco, Zulay, Sacha Runa, 24 de Mayo y Pindo. Esta parroquia tiene la estructura y fisonomía de ciudad por lo que su crecimiento es en el sector urbano.

Su hidrografía: Los ríos Pastaza, Pindo Grande y Motolo son aquellos que pasan por esta parroquia. Su clima es cálido húmedo, un poco más frío que Puyo; su temperatura oscila entre 17° y 23° C.

Se encuentra a 8 Km de distancia de Puyo, la carretera asfaltada y en buenas condiciones, la avenida P. Luis Jácome de Este a Oeste atraviesa la ciudad dividiéndola en dos; al lado izquierdo se encuentran las instalaciones de la Brigada de Selva No. 17 Pastaza, el aeropuerto Río Amazonas y demás organismos principales de la parroquia; mientras que el lado derecho está distribuido en barrios y ciudadelas, ubicados en el centro poblado.

Celebran sus fiestas de parroquialización en el mes de noviembre a pesar de que la fecha es en el mes de diciembre. Para poder llegar existe los Transportes: Reina Cumanda y la Compañía de transportes Alpayán (buses intercantonales, Mera-Shell-Puyo).

El tiempo para culminación del proyecto fue de un año calendario, luego de la aprobación definitiva de la tesis y su presentación en el ministerio de turismo.

b. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Es descriptivo por cuanto se describe o analiza los componentes, mecanismos y efectividad de la creación de un paradero gastronómico turístico; los principios y los resultados operativos, sociales de la empresa.

i. Técnicas de Investigación

- **Ficha bibliográfica.-** Permite la recopilación de datos: de libros, revistas, boletines, Internet, periódicos, informes memoria, relacionados con la temática de la investigación.
- **Guía de entrevistas.** Permite orientar eficazmente la entrevista que deberá ser, turistas, comerciantes, productores, de la zona turístico-gastronómica.
- **Ficha de encuestas.-** Permite obtener la información de la población seleccionada, en forma estadística de acuerdo a los requerimientos del trabajo de la investigación.

ii.Técnicas de Procedimientos para el Análisis de Resultados.

A fin de tomar decisiones se analizarán los resultados, de las encuestas, las entrevistas con los involucrados de la zona, las cuales se podrá utilizar como premisas para la aplicación, de la gestión de varios proyectos productivos.

iii.Área de Influencia del Proyecto

1. Estratégico.- Pensando en un sitio más estratégico y adaptable, su ubicación será en la provincia de Pastaza, Cantón Mera, Parroquia de la Shell, a dos cuadras del balneario Dique de Shell (Rio Pindo), en la Av. 10 de Noviembre, número 1104, lotización Tamayo Santos, la cual le permite a turistas tanto nacionales como extranjeros, un fácil desplazamiento, con parqueadero, sin dejar de mencionar los toboganes, las canchas, el dique del Rio Pindo y la oportunidad de disfrutar de las instalaciones del “Paradero Gastronómico Turístico Crow”, el cual contará con los servicios básicos (agua, teléfono, energía...), para su mayor comodidad, relax e inclusive internet para eventos corporativos.

2. Funcional; características del lugar:

- Espacio para la ubicación de personas, y fácil desplazamiento.
- Cómodo: para generar un ambiente agradable.
- Natural: para cuidar del medio ambiente.

- Elegancia: Sin dejar de lado lo natural, pero dando un toque de distinción y confort.

c. UNIVERSO Y MUESTRA

i.Universo

El universo con que se trabajó en la presente investigación estuvo compuesto por un total de 6355 turistas, que llegan de forma mensual. De los cuales se obtiene el tamaño de la muestra aplicando la fórmula estadística correspondiente.

ii.Muestra

Se trabajó con una muestra al azar de turistas, tanto nacionales como extranjeros, basado en la tabla estadística de los complejos turísticos entregada por el ITUR (Servicio de Información y Atención Turística) del Cantón Mera, del 2009, fueron atendidos un promedio de 76261 turistas durante el año de donde se promedia que mensualmente llegan 6355 turistas en el Dique de Mera (del cual se toma como referencia para la muestra).

TABLA N.- 1

Afluencia de Turistas al Complejo Turístico Río Tigré (Dique de Mera) 2009 por mes.

MES	NIÑOS(AS)	ADULTOS	TOTAL DE TURISTAS
ene-09	2541	5233	7774
feb-09	1252	2062	3314
mar-09	1267	2967	4234
abr-09	1378	5129	6507
may-09	2274	6845	9119
jun-09	1556	3074	4630
jul-09	2052	3991	6043
ago-09	3868	10009	13877
sep-09	4146	4267	8413
oct-09	953	3680	4633
nov-09	1531	6186	7717
dic-09	0	0	0
TOTAL	22818	53443	76261

Fuente: ITUR (Servicio de Información y Atención Turística) del Cantón Mera.
Elaborado por: Jorge Crow

iii. Tamaño de la muestra

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

m = tamaño de la población

e = error admisible (aceptable hasta el 5%)

$$n = \frac{6355}{(0.05)^2(6355-1)+1} \quad n = \frac{6355}{(0.0025)*(6354)+1}$$

$$n = \frac{6355}{16.89} \quad n = 376$$

Se distribuye proporcionalmente el tamaño de la muestra a los diferentes turistas indistintamente si son nacionales o extranjeros.

d. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

i. Investigación de Mercado y Marketing

Se estudió el mercado que fue para este estudio el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados, teniendo como objetivos introducir al paradero turístico Crow en un plazo menor a un año, incrementando las ventas tanto de productos como de servicios, creando un diseño o logotipo asociado a la combinación de formas y colores con una marca, idea o concepto que den identidad al paradero turístico Crow.

En el plan de marketing es importante elaborar un plan de medios que recoja las medidas promocionales en que se piensa incurrir, tales como: artículos en revistas, suplementos, periódicos y anuncios en revistas especializadas, distribución de material como afiches, volantes. Las promociones se realizarán para cubrir necesidades concretas en un periodo de tiempo limitado.

ii. Plan de Empresa

1. Aspectos Técnicos

Una vez determinado los aspectos de mercado, se extrajo los parámetros y juicios técnicos necesarios que determinaron el tamaño requerido para la demanda que se ha definido (tamaño del proyecto), el lugar donde se instaló la empresa (localización del proyecto) características de la maquinaria, del equipo y de los procesos de producción que se emplearon (ingeniería del proyecto) así como los costos que se va a tener del proyecto (costo del proyecto) y los ingresos que se generaron (ingresos del proyecto).

2. Aspectos Jurídicos – Mercantiles

Se busco los reglamentos, requisitos y disposiciones que permitieron a la autoridad competente ejercer una adecuada inspección, vigilancia y control, de manera que cada vez preste un mejor servicio y no atente contra la salud o inclusive la vida de las personas que acudieron al paradero gastronómico turístico Crow.

3. Estrategias de Marketing

Se realizó estrategias aplicando el conocido marketing mix, el mismo que utiliza las “Cuatro P’s”: Producto, Precio, Plaza, Promoción. Cuidando del producto, manteniendo precios cómodos, en una plaza adecuada, agradable, confortable, manteniendo un servicio de calidad, realizando promociones por medio de un estudio de mercado, publicitando el paradero por medio de redes sociales,

publicidad escrita, a través de los medios de comunicación, entre otros, evaluando constantemente la imagen de la empresa y la satisfacción del cliente.

4. Gestión del Talento Humano

Un personal bien capacitado, y mantenido puede representar una ventaja competitiva, es por eso que en el paradero se analizó los siguientes factores: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud.

Además analizamos el Ambiente Organizacional que consiste en evaluar al personal que estará trabajando en el paradero, para esto se necesitará implementar reuniones periódicas mensuales, con el fin de analizar la medida en que se han alcanzado los objetivos planteados, desde sus inicios.

5. Aspectos Económico – Financieros

El análisis económico financiero proporcionó elementos que permitieron formar una opinión de las cifras que presentan los estados financieros de la empresa y su panorama general. A través del análisis económico financiero se pudo detectar problemas que han pasado inadvertidos.

Para analizar la situación económico financiera del paradero gastronómico turístico, es necesario que las cifras de los estados financieros analizados, sean

razonables, o sea que todas las operaciones sean contabilizadas de acuerdo a principios o normas de contabilidad generalmente aceptados.

6. Aspectos Ambientales

Se cuidó del medio ambiente controlando que no exista contaminación al no ensuciar el ambiente, sin alterar los ciclos normales de la naturaleza, sin romper las cadenas alimenticias. Se controló de manera exigente los diferentes tipos de desperdicios tanto orgánicos como inorgánicos, para una correcta distribución de los mismos.

Se reutilizó y recicló los desechos, residuos como papel, cartón, plásticos, metales, vidrios, entre otros.

Se realizó las adquisiciones cuidando y respetando todas las normas de control, manipulación, manejo, utilización, de los equipos, materiales, utilizando menos recursos naturales y se reduciendo la contaminación. Se elegirá los productos que estén hechos o producidos respetando el mundo natural.

De esta manera cuidaremos del ecosistema dentro y fuera del paradero gastronómico turístico.

V.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

a. PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS

i.Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de Mercado y Marketing.

DATOS INFORMATIVOS DEL PERFIL DEL SEGMENTO DE MERCADO

TABLA N.- 2

Porcentaje sobre el sexo de los turistas que visitaron el dique de Shell.

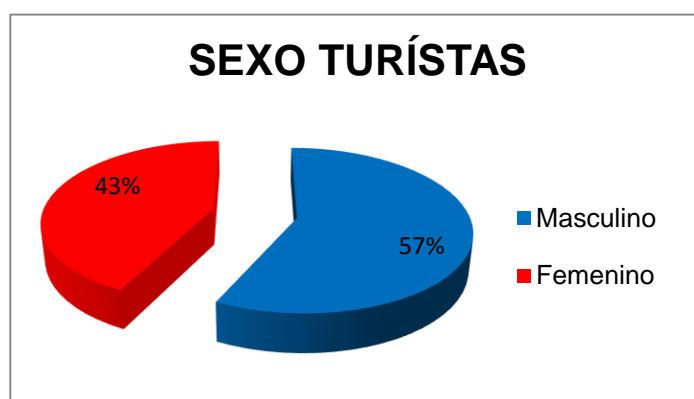
SEXO	N-º	PORCENTAJE
Masculino	214	57%
Femenino	162	43%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 1

Porcentajes sobre el sexo de los turistas que visitaron el dique de Shell.



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 3

Porcentaje sobre la edad de los turistas que visitaron el dique de Shell.

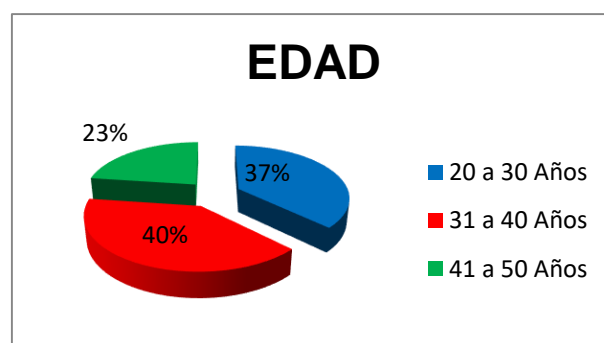
EDAD	N-º	PORCENTAJE
20 a 30 Años	140	37%
31 a 40 Años	150	40%
41 a 50 Años	86	23%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 2

Porcentaje sobre la edad de los turistas que visitaron el dique de Shell.



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 4

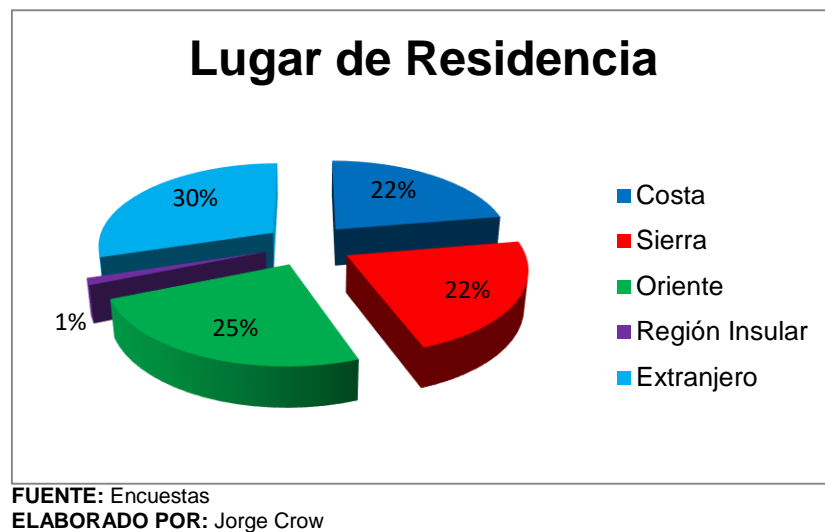
Porcentaje de la residencia de los turistas que visitaron el dique de Shell.

LUGAR DE RESIDENCIA	N-º	PORCENTAJE
Costa	84	22%
Sierra	83	22%
Oriente	92	25%
Región Insular	5	1%
Extranjero	112	30%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 3

Porcentaje de la residencia de los turistas que visitaron el dique de Shell.



PERFIL DEL SEGMENTO DE MERCADO

Los turistas encuestados que visitan el Dique de Shell, son un total de 376 (100%) de los cuales 214 (57%) son del sexo masculino y 162 (43%) de sexo femenino, destacando que la edad promedio de turistas que más visita el Dique de Shell es de 31 a 41 años de edad (40%) con un total de 140 encuestados, 149 (37%) va desde los 20 a 30 años y 86 encuestados el 23% va desde los 41 a los 50 años de edad. Identificando a los turistas por su lugar de procedencia, se destaca que el mayor número de turistas que visita el Dique de Shell son ecuatorianos, sumando un total de 264 turistas el 70% de los cuales 92 (25%) son del oriente, 84 (22%) de la costa, 83 (22%) de la sierra, y 5 (1%) de la región insular, dejándonos un total de 112 (30%) extranjeros.

TABLA N.- 5

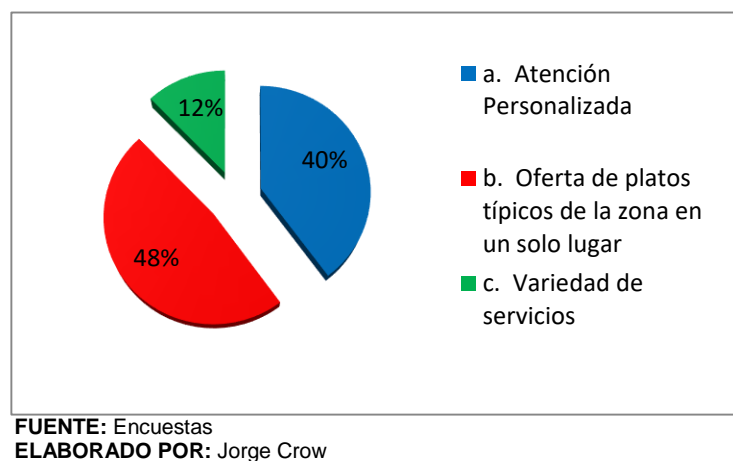
Criterio sobre los beneficios esperados de la creación de un paradero turístico gastronómico en el dique de Shell.

CRITERIO BENEFICIOS DE LA CREACIÓN DE UN PARADERO EN EL CANTÓN	N-º	PORCENTAJE
a. Atención Personalizada	150	40%
b. Oferta de platos típicos de la zona en un solo lugar	180	48%
c. Variedad de servicios	46	12%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 4

Criterio sobre los beneficios esperados de la creación de un paradero turístico gastronómico en el dique de Shell.

**TABLA N.- 6**

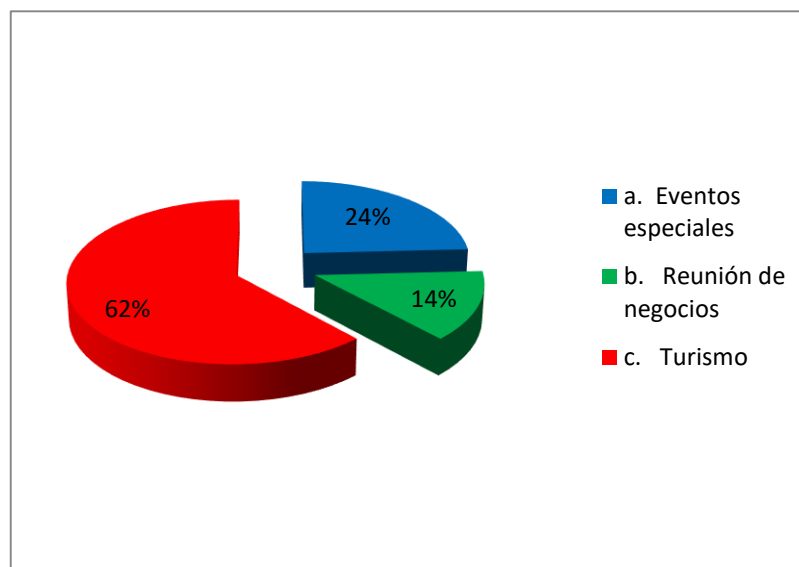
Ocasión de la visita.

OCASIÓN DE LA VISITA	N-º	PORCENTAJE
a. Eventos especiales	91	24%
b. Reunión de negocios	52	14%
c. Turismo	233	62%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 5

Ocasión de la visita.



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 7

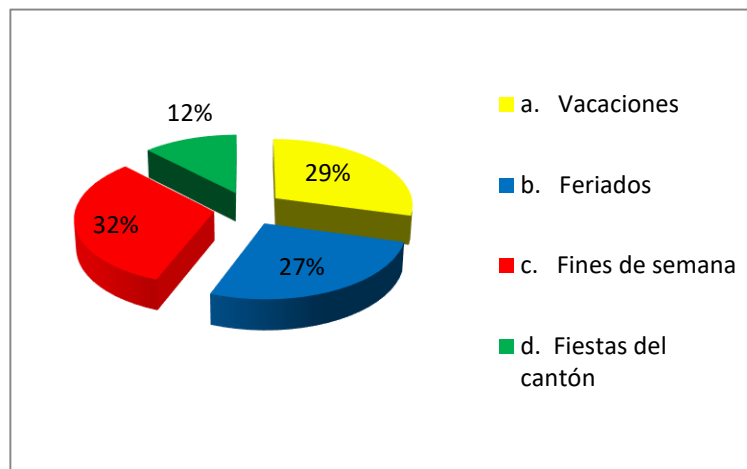
Temporada de la visita.

TEMPORADA DE LA VISITA	N-º	PORCENTAJE
a. Vacaciones	110	29%
b. Feriados	100	27%
c. Fines de semana	120	32%
d. Fiestas del cantón	46	12%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 6

Temporada de la visita.



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 8

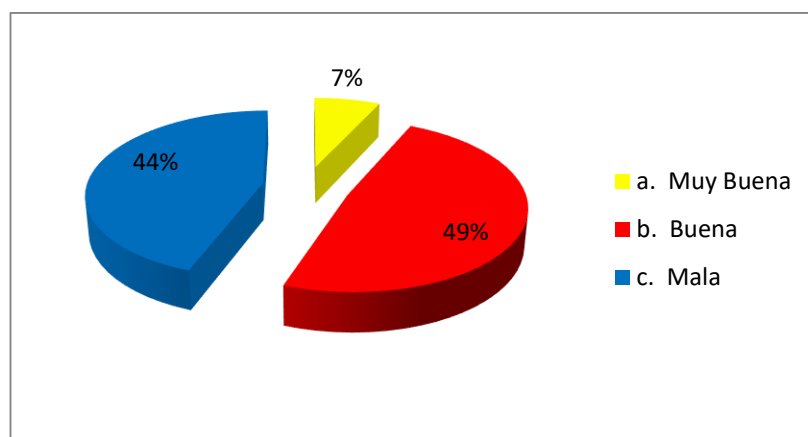
Calidad de servicio recibido en los establecimientos del cantón Mera.

CALIDAD DEL SERVICIO RECIBIDO	N-º	PORCENTAJE
a. Muy Buena	26	7%
b. Buena	183	49%
c. Mala	167	44%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 7

Calidad de servicio recibido en los establecimientos del cantón Mera.



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 9

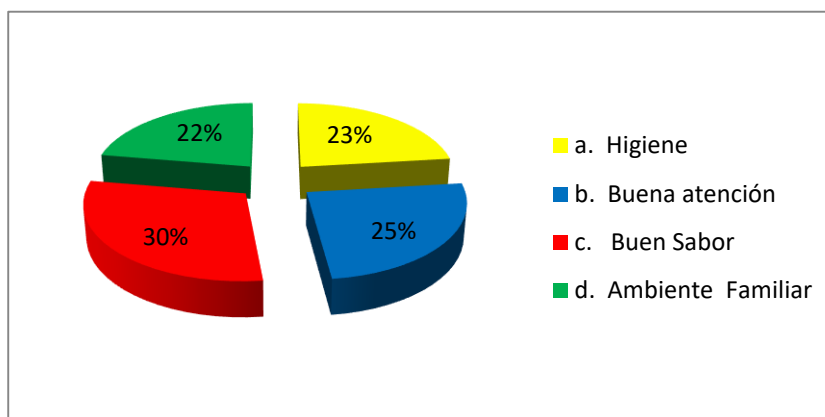
Prioridades a la hora de ir a un restaurante

PRIORIDADES A LA HORA DE IR A UN RESTAURANTE	N-º	PORCENTAJE
a. Higiene	87	23%
b. Buena atención	94	25%
c. Buen Sabor	111	30%
d. Ambiente Familiar	84	22%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 8

Prioridades a la hora de ir a un restaurante.



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 10

Preferencia a la hora de desayunar

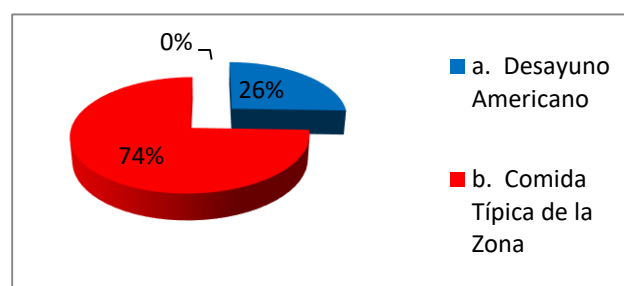
PRIORIDADES A LA HORA DE IR A UN RESTAURANTE	N-º	PORCENTAJE
a. Desayuno Americano	96	26%
b. Comida Típica de la Zona	280	74%
c. Otros	0	0%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 9

Preferencias a la hora de desayunar.



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 11

Preferencias gastronómicas de los turistas.

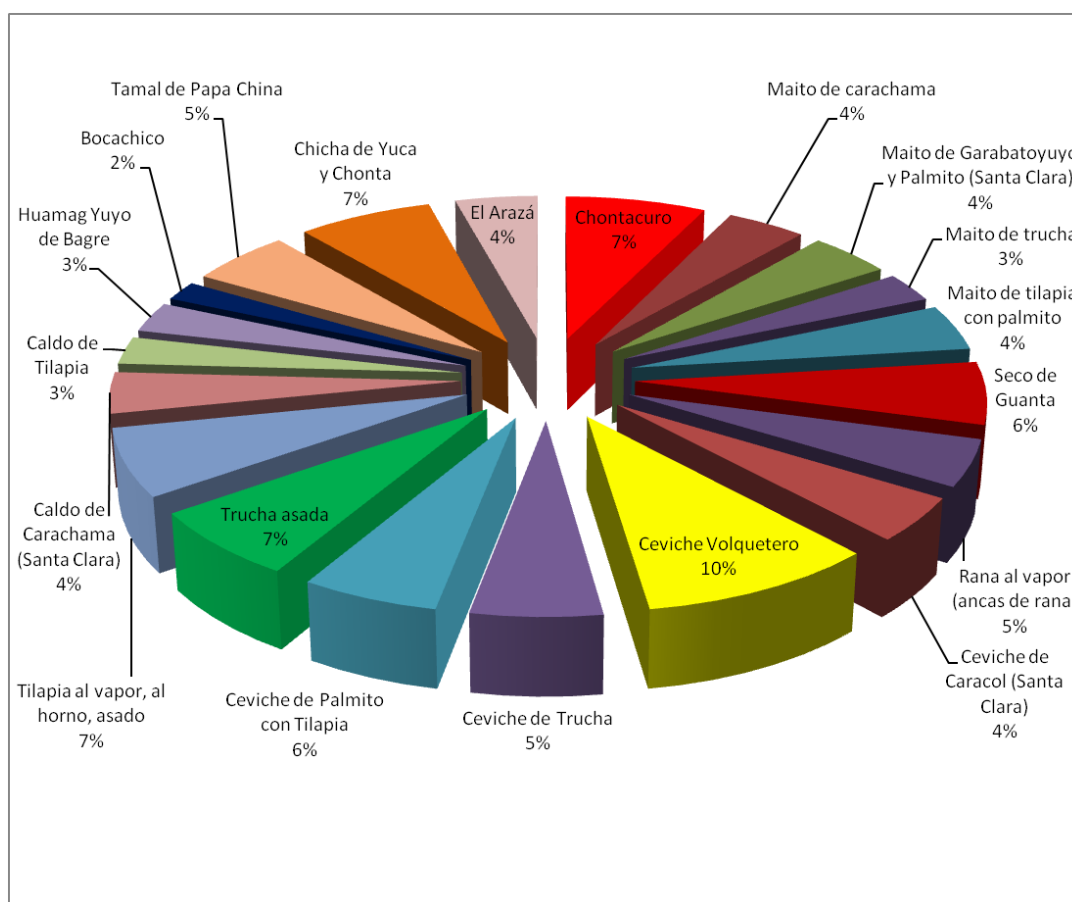
PREFERENCIAS GASTRONÓMICAS	N-º	PORCENTAJE
Chontacuro	219	7%
Maito de carachama	123	4%
Maito de Garabatoyuyo y Palmito (Santa Clara)	129	4%
Maito de trucha	85	3%
Maito de tilapia con palmito	132	4%
Seco de Guanta	179	6%
Rana al vapor (ancas de rana)	134	5%
Ceviche de Caracol (Santa Clara)	128	4%
Ceviche Volquetero	290	10%
Ceviche de Trucha	160	5%
Ceviche de Palmito con Tilapia	168	6%
Trucha asada	198	7%
Tilapia al vapor, al horno, asado	195	7%
Caldo de Carachama (Santa Clara)	118	4%
Caldo de Tilapia	79	3%
Huamag Yuyo de Bagre	87	3%
Bocachico	56	2%
Tamal de Papa China	158	5%
Chicha de Yuca y Chonta	210	7%
El Arazá	128	4%
TOTAL		100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 10

Preferencias gastronómicas de los turistas.



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 12

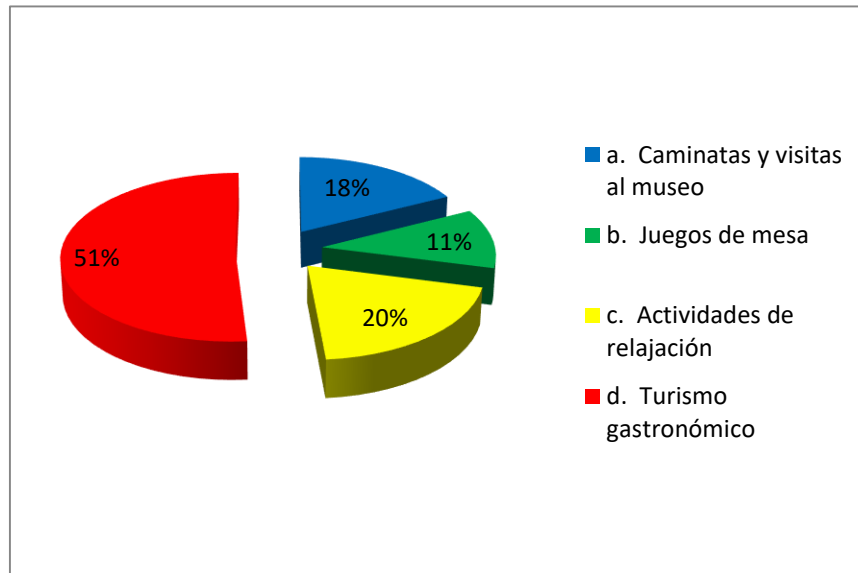
Actividades que prefiere realizar en vacaciones.

ACTIVIDADES QUE PREFIERE REALIZAR EN VACACIONES	N-º	PORCENTAJE
a. Caminatas y visitas al museo	66	18%
b. Juegos de mesa	43	11%
c. Actividades de relajación	74	20%
d. Turismo gastronómico	193	51%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 11

Actividades que prefiere realizar en vacaciones.



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 13

Aceptación de un paradero turístico gastronómico en la Parroquia de la Shell.

ACEPTACIÓN DE IMPLEMENTAR UN PARADERO	N-º	PORCENTAJE
a. Si	376	100%
b. No	0	0%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 14

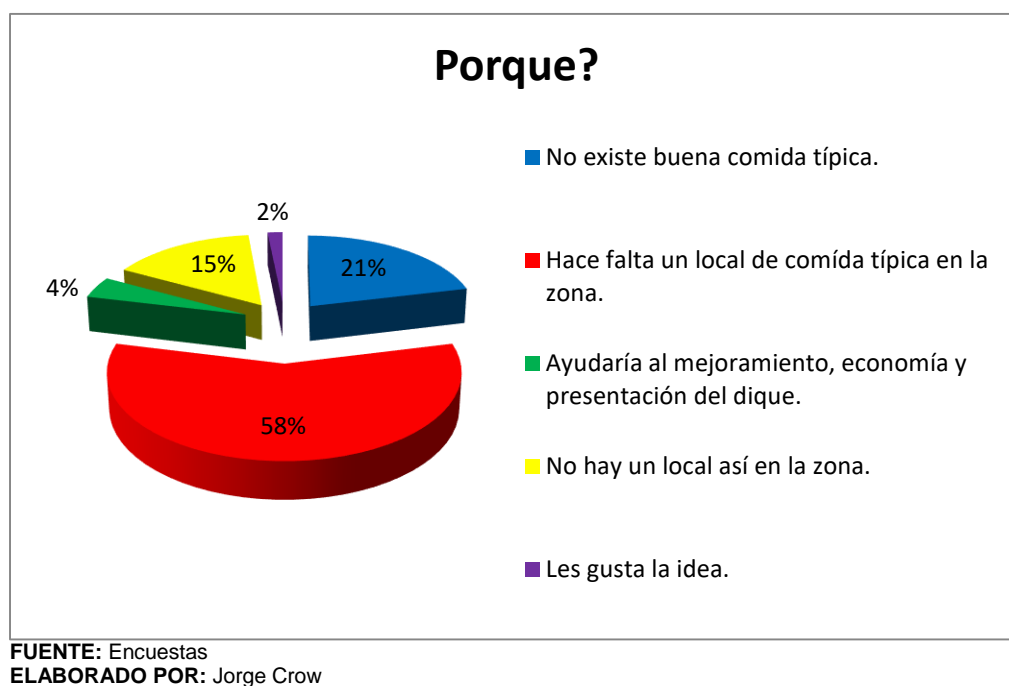
Por qué de la aceptación de un paradero turístico gastronómico en la Parroquia de la Shell.

PORQUÉ DE LA ACEPTACIÓN DE IMPLEMENTAR UN PARADERO	N-º	PORCENTAJE
No existe buena comida típica.	80	21%
Hace falta un local de comida típica en la zona.	216	58%
Ayudaría al mejoramiento, economía y presentación del dique.	16	4%
No hay un local así en la zona.	58	15%
Les gusta la idea.	6	2%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Jorge Crow

GRÁFICO N.- 12

Por qué de la aceptación de un paradero turístico gastronómico en la Parroquia de la Shell.



ii.Discusión

La falta de conocimiento es la principal causa de la explotación indiscriminada o no explotación de los recursos naturales, entendiendo como recursos naturales a aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, en este caso alimentos) o indirecta (servicios ecológicos).

Este tipo de recursos naturales renovables, como lo es la comida típica de la Provincia de Pastaza, se la ha venido explotando de una manera despreocupada en los años anteriores, sumado al crecimiento constante de la población, significa que la tierra cultivable por habitante disminuye y por ende sus recursos naturales, aunque no sea visible en esas zonas aun.

Gracias a la ayuda de organismos gubernamentales y no gubernamentales, se está protegiendo hoy en día los recursos naturales, con la creación de criaderos para mantener las especies en este proceso consumibles como en el caso de las tilapias, truchas, carachamas, bagre de agua dulce, caracoles, guanta, ranas, entre otros, que hoy en día son uno de los principales motivos de visita, desarrollándose de esta manera el turismo gastronómico en la provincia de Pastaza y en todo el Ecuador. Pero falta mucho camino por recorrer para estos organismos, en vista de que aún hay sectores como la Parroquia de la Shell en donde no existe un mejor control hacia el manejo de los alimentos, la falta de cultura y conocimiento es bastante notoria en el sector a pesar de la amabilidad

de su gente, que poco a poco va cambiando debido a la presión de nuevas competencias.

VI.CONCLUSIONES

Gracias a las encuestas se pudo observar:

- Los turistas visitan el Dique de Shell por períodos cortos de tiempo, ya sea por su trabajo, lugar de procedencia, otras ocupaciones, dejando poco espacio para su relajación y si a esto le sumamos con que no cuentan con un lugar para saborear todos los ricos platos típicos de la zona, teniendo que visitar muchos sitios para encontrar el plato típico que buscan, o en su defecto viajar aún más lejos para encontrarlo, causando a mas de cansancio, molestias, haciendo su viaje no tan placentero.
- Las condiciones en que se encuentra la mayoría de establecimientos donde expenden comida típica, no son del agrado de los turistas, por la falta de limpieza, buena atención, calidad en el servicio.
- Gracias a las respuestas de los turistas encuestados se pudo apreciar la falta de conocimiento de la mayoría de platos típicos.
- Muchos de los turistas visitan el Dique de Shell esperando disfrutar y relajarse al mismo tiempo.

VII.RECOMENDACIONES

En nuestro país se está mejorando la calidad de vida y por ende la calidad en los servicios que se ofrece a los turistas tanto nacionales como extranjeros, por esta razón se ve la necesidad de crear un Paradero Turístico Gastronómico cerca del Dique de Shell:

- El cual cuente con los diferentes platos típicos de la Provincia de Pastaza.
- Un paradero que ofrece calidad tanto en los productos como en los servicios, dando una buena imagen con una excelente atención, alcanzando la excelencia. Donde las condiciones como limpieza, atención y sobre todo calidad sean del agrado y confort de los clientes.
- Un lugar donde se fomente el turismo gastronómico de la provincia de Pastaza a su más alto nivel.
- Pero sobre todo donde puedan disfrutar mientras se relajan.

Se recomienda la aprobación del proyecto, para de esta manera facilitar la vida de muchos turistas que visitan el Dique de Shell.

VIII.PLAN DE EMPRESA

a. ASPECTOS TÉCNICOS

i. Determinación del tamaño de la empresa

La elección de la ubicación en esta localidad es, básicamente, porque se conoce perfectamente el lugar y somos dueños del terreno en cuestión y el hecho de que el sector tiene su propia historia contada a través de su gastronomía.

Actualmente, hemos visto el gran crecimiento en la demanda de actividades de turismo gastronómico entre, familias, jóvenes y también a nivel empresarial, con lo que hemos decidido orientar la oferta, no sólo a grupos de particulares, sino también a actividades de incentivo empresarial.

La finalidad es llegar a ser el referente en calidad y servicio del turismo gastronómico de la Parroquia de la Shell.

Se dispone de un espacio total de 450 m², de los cuales se divide en dos plantas, la primera planta, cuenta con parqueadero, el área de restaurante abierto y la cocina; la segunda planta cuenta con otro restaurante y zona de eventos especiales.

La planta baja en su totalidad, el área de baños, cocina, y patio, todo en fin tiene un área de 53,86 m², a parte el parqueadero tiene un área de 91,77 m²., la cocina tiene un área de 33,91 m².

En la segunda planta se cuenta con una área de 293,25m² en su totalidad lo que incluye hall o pasillo, bodegas, cuartos fríos, estanterías, área de hornos, etc. además la cocina, baños y todo lo que hay en él. Solo el área de la cocina de la segunda planta es de 39,25 m², el área de salón del restaurante sin baños es de 162,95m².

ii.Capacidad de producción/Capacidad de oferta del servicio

Se puede determinar la capacidad de producción del paradero, fijándonos primordialmente en la demanda que se tiene, para llegar a un equilibrio entre lo que se planea vender y las ventas, por lo mismo se debe seleccionar la maquinaria y herramientas idóneas, la materia prima y materiales, a más de contar con personal altamente calificado para la atención, manejo de equipos y de la materia prima.

TABLA N.- 15

Capacidad de Producción

Turistas al Año	Porcentaje estimable de turistas	Año	Mensual	Sillas Ocupadas
76261	20%	15252,20	1271,02	42,37

FUENTE: Ministerio de Turismo (MINTUR) del Cantón Mera

ELABORADO POR: Jorge Crow

Del total de turistas anual que visita el dique de Mera, según el estudio realizado y gracias a la información otorgada por el Ministerio de Turismo del Cantón Mera, que es de 76261, se proyecta vender al 20%, que son 15252 turistas que se

venderá al año, 1271 turistas al mes y 42 turistas que se proyecta atender diariamente.

TABLA N.- 16

Capacidad de Oferta del Servicio

Sillas Ocupadas	Costo Promedio	Total Ventas Diarias	Total Ventas Mensuales	Ventas Netas al Año
42,37	5,98	253,36	7600,68	91208,16

FUENTE: Ministerio de Turismo (MINTUR) del Cantón Mera

ELABORADO POR: Jorge Crow

Para calcular la proyección de las ventas netas y de acuerdo a la tabla, los 42 turistas que visitarán el paradero, consumirán \$5,98 cada uno, que es el costo promedio de los platos que se ofertan en el paradero, generando ventas diarias de \$253,36; ventas mensuales de \$7.600,68 y dejando ventas netas anuales de \$91.208,16.

La capacidad máxima del paradero es de 44 Mesas con 176 sillas, distribuidas uniformemente en los dos pisos del paradero.

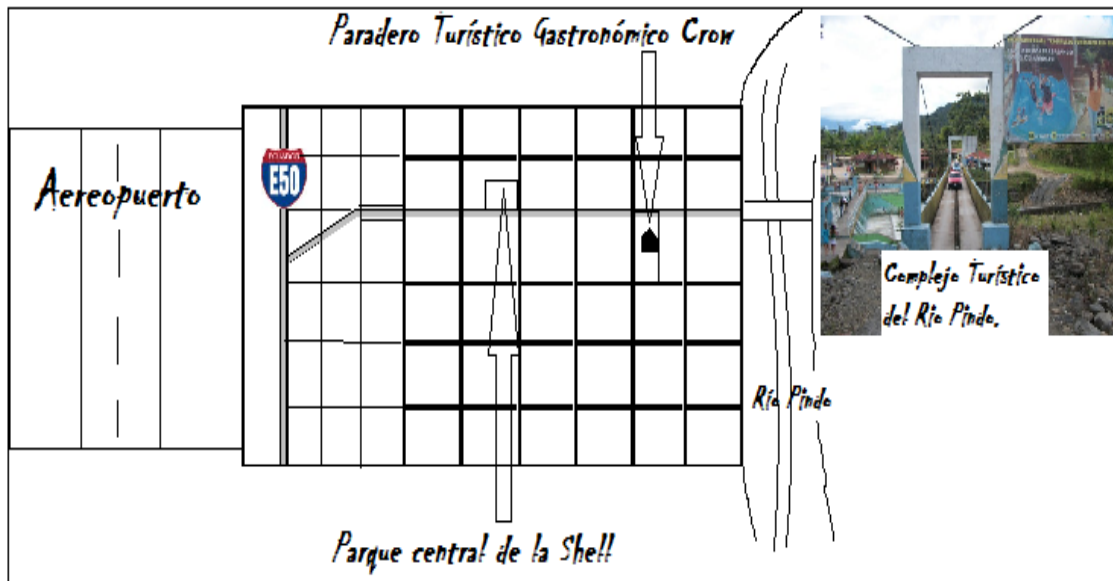
iii.Localización

El Dique de Shell, se localiza en la provincia de Pastaza, cantón Mera, parroquia Shell, al final de la Av. 10 de Noviembre, en las siguientes coordenadas 01° 29' 26" latitud Sur y 78° 03' 31" de longitud Oeste, a una altitud de 1067 m.s.n.m. (Macro Localización 3 en Anexos 1)

El terreno para la construcción del paradero turístico Crow se encuentra ubicado en la Provincia de Pastaza, Cantón Mera, Parroquia de la Shell, a dos cuadras del balneario Dique de Shell (Rio Pindo), en la Av. 10 de Noviembre, número 1104, lotización Tamayo Santos.

GRÁFICO N.- 13

Micro-Localización

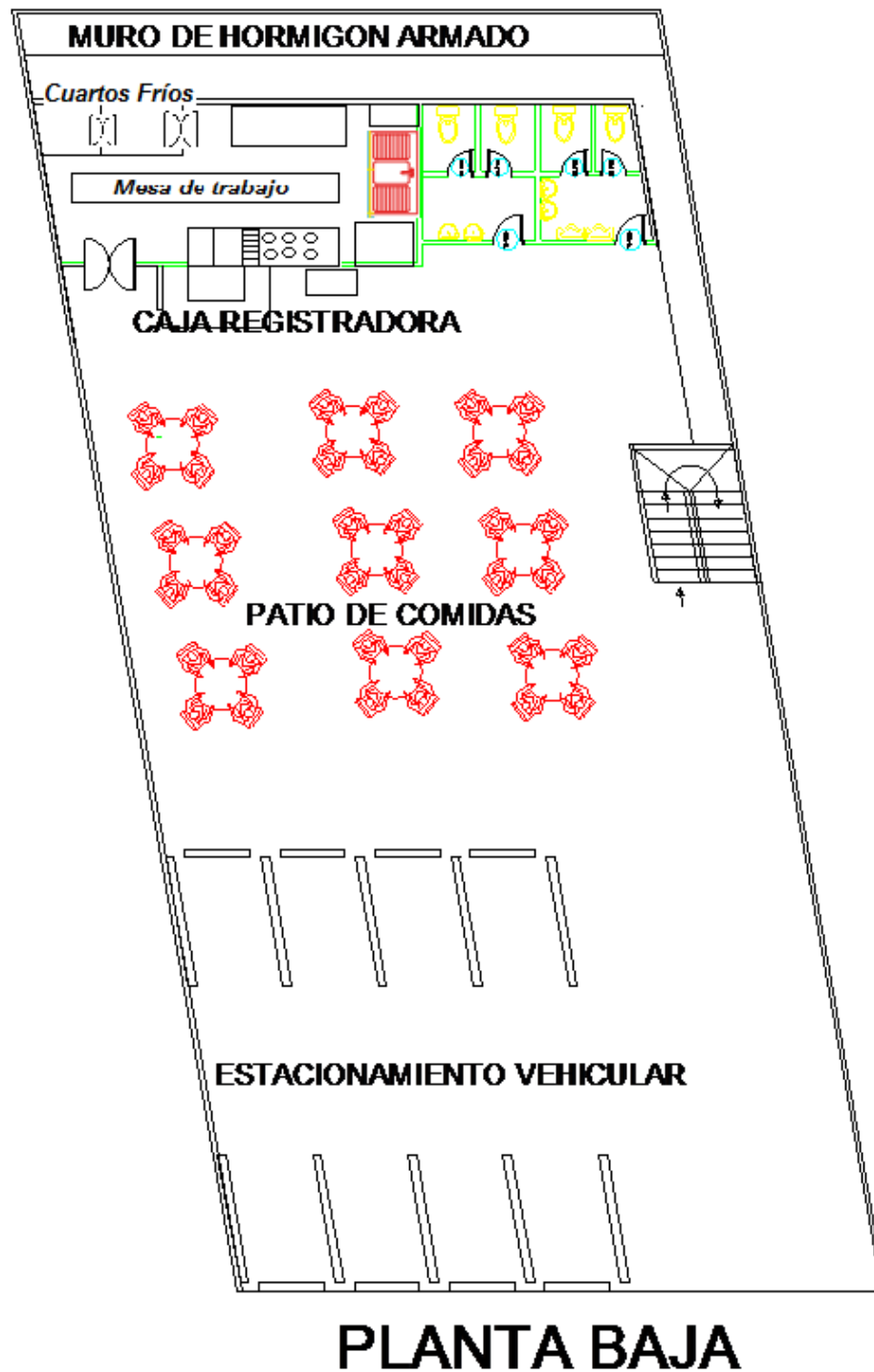


Elaborado por: Jorge Crow

Características del paradero:

1. **Espacio Físico.-** El establecimiento contará con espacio adecuadamente preparado para cualquier tipo de eventualidad como por ejemplo el clima que es muy voluble, cualquier necesidad o evento social.
2. **Parqueadero.-** Contará con parqueadero privado a parte del parqueadero establecido en el Dique de Shell.
3. **Materia Prima.-** Es accesible en vista de que la Parroquia es pequeña y los distribuidores son de la localidad.
4. **Servicios Básicos.-** El municipio ha trabajado incansablemente para mejorar el servicio de agua potable y alcantarillado de la Parroquia, de esta manera se cuenta con alcantarillado nuevo y todos los servicios básicos al día.
5. **Vías de Acceso.-** El acceso al paradero gracias a las carreteras en perfecto estado son las idóneas.
6. **Seguridad.-** Al estar cerca del Dique de Shell, la seguridad del sector es constante.
7. **Mano de Obra.-** Se clasificó de una manera rigurosa, para que no exista inconvenientes y el servicio sea el mejor.

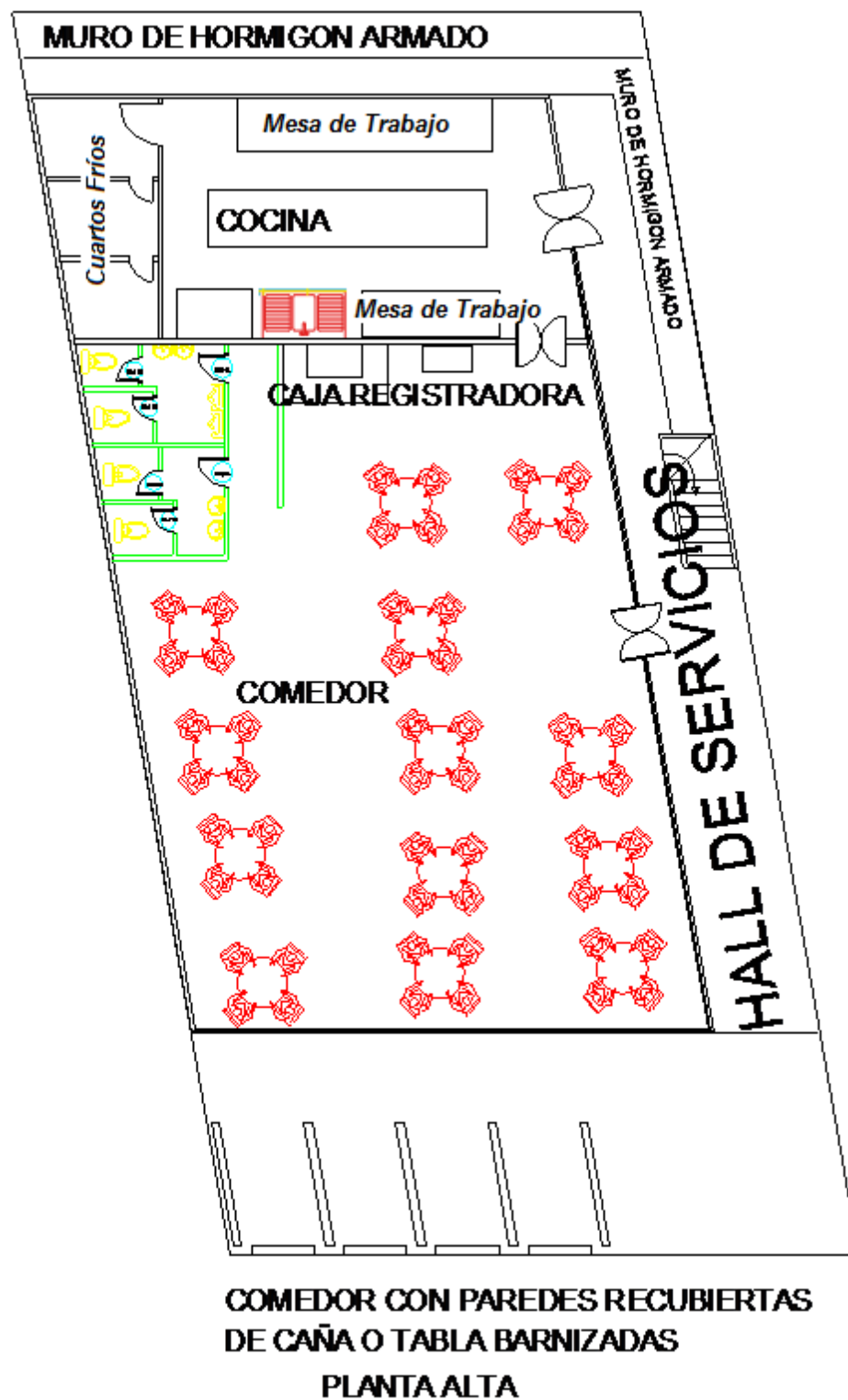
Plano Planta Baja



Fuente: Jorge Crow
 Elaborado por: Ing. Freddy Cueva

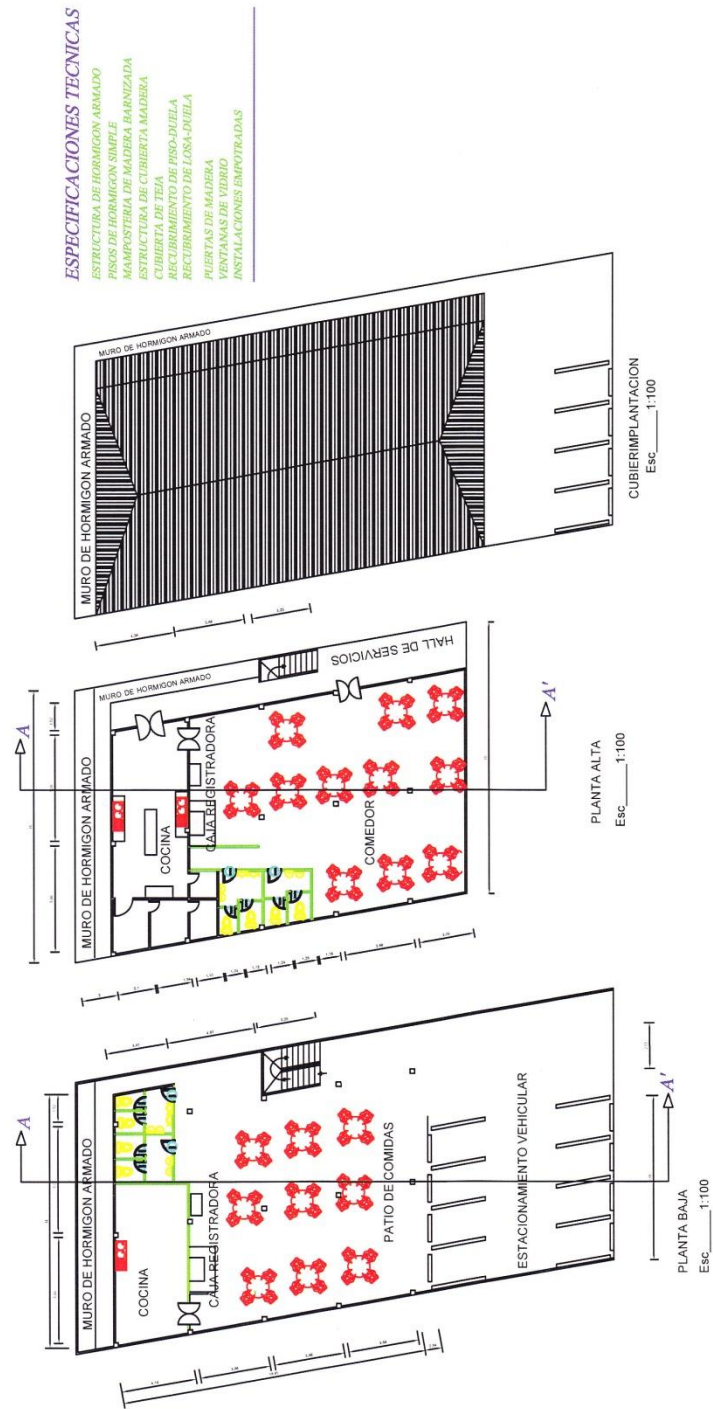
GRÁFICO N.- 15

Plano Planta Alta



Fuente: Jorge Crow
 Elaborado por: Ing. Freddy Cueva

GRÁFICO N.- 16
Plano del Paradero Turístico Gastronómico Crow



Fuente: Jorge Crow
Elaborado por: Ing. Freddy Cueva

TABLA N.- 17

Presupuesto Referencial

Beneficiario: Jorge Crow					
Contratista: Ing. Civ. Freddy Elías Cueva Bravo					
Dirección de la Obra: Provincia de Pastaza, Cantón Mera, Parroquia de la Shell, a dos cuadras del balneario Dique de Shell (Río Pindo), en la Av. 10 de Noviembre, número 1104, Iotización Tamayo Santos.					
Fecha: Febrero 2012					
PRESUPUESTO PARA EL PARADERO TURÍSTICO GASTRONÓMICO CROW					
ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT.	P.TOTAL
PRELIMINARES					
1	Replanteo y nivelación	m ²	443,16	0,65	288,05
EXCAVACION Y RELLENO					
2	Excavación Manual	m ³	18,00	7,11	127,98
3	Relleno Compactado con material mejorado	m ³	100,50	11,6	1.165,80
ESTRUCTURA					
4	Replanteo de hormigón simple 140 kg/cm ²	m ³	1,20	105,26	126,31
5	Hormigón en plintos f' c=210 kg/cm ²	m ³	3,75	129,87	487,01
6	Hormigón Ciclópeo en muros y riostras	m ³	25,32	132,20	3.347,30
7	Hormigón en columnas f' c= 210 kg/cm ²	m ³	43,50	133,87	5.823,35
8	Dinteles	ml	43,00	4,92	211,56
9	Encofrados	m ²	42,00	6,12	257,04
10	Mesones de cocina e=8cms.	ml	11,86	8,12	96,30
11	Contra piso e=7cms	m ²	336,44	8,64	2.906,84
12	Acero de refuerzo	kg	1.273,80	1,85	2.356,53
13	Losa alivianada	m ²	118,60	58,8	6.973,68
ALBAÑILERIA Y RECUBRIMIENTOS					
14	Mampostería de bloque e=7cms.	m ²	275,82	9,69	2.672,70
15	Enlucido vertical paletado fino	m ²	551,64	5,92	3.265,71
16	Filos boquetes de ventana	ml	80,00	2,77	221,60
17	Recubrimiento de paredes de Madera	m ²	138,00	25,4	3.505,20
18	Recubrimiento en piso de parquet	m ²	118,60	38,2	4.530,52
19	Tumbado de losa con parquet	m ²	118,60	41,2	4.886,32
20	Vidrio de ventanales	m ²	52,50	38,4	2.016,00
21	Plarete (0,1mx7cm)	ml	24,00	6,4	153,60
22	Pintura	m ²	110,00	3,4	374,00
CERRAJERIA Y CARPINTERIA					
23	Puerta de Ingreso doble vaivén (Laurel)	UNIDAD	4,00	240,63	962,52
24	Puertas baños (Laurel laqueadas)	UNIDAD	6,00	108,63	651,78
25	Cerradura LL/LL	UNIDAD	4,00	26,08	104,32
26	Cerradura LL/LL	UNIDAD		9,08	-
27	Rejas de protección	m ²		40,43	-
CUBIERTA					
28	Estructura madera	m ²	118,62	14,2	1.684,40
29	Cubierta teja	m ²	118,62	15,2	1.803,02
30	Cubierta de galvalumen (e=0,25mm)	m ²	118,62	8,06	956,08
31	Cumbreras de Dura techo (e= 0.25 mm.)	ml	6,63	3,49	23,14
INSTALACIONES ELECTRICAS					
32	Pto. De luz	Pto	18,00	17,11	307,98
33	Tomacorrientes 110v.	Pto	24,00	16,06	385,44
34	Caja de 4-8 breakers (inc. breakers)	UNIDAD	2,00	280	560,00
INSTALACIONES SANITARIAS					
35	Pto. De AA.PP.	Pto	6,00	18,21	109,26
36	Pto. De AA.SS.	Pto	13,00	36,28	471,64
37	Tubería de 4" PVC	ml	42,00	9,82	412,44
38	Tubería de 2" PVC	ml	52,50	5,05	265,13
39	Tubería de 1/2" PVC	ml	57,50	4,85	278,88
40	Llave de paso de 1/2 R/W	UNIDAD	4,00	22,48	89,92
41	Urinario	UNIDAD	4,00	63,47	253,88
42	Inodoro tanque bajo	UNIDAD	4,00	93,67	374,68
43	Lavamanos	UNIDAD	4,00	31,36	125,44
44	Sum. e inst. accesorios de agua potable	Glob	4,00	13,63	54,52
45	Sum. e inst. accesorios para aguas servidas	Glob	4,00	15,58	62,32
46	Lavaplatos de 2 pozos	UNIDAD	4,00	122,54	490,16
47	Caja de registro 60x60cms.	UNIDAD	3,00	80,5	241,50
			COSTO DIRECTO		56.461,85
ING. FREDDY E. CUEVA BRAVO			INDIRECTOS 15,00%		8469,28
CONTRATISTA			COSTO TOTAL		64.931,13
Nota:					
El material a utilizar para recubrir las paredes deberá ser de madera barnizada su cubierta será con estructura de madera.					
Se colocara dura techo de 0.3 de espesor sobre este se revestirá de teja, en la parte interior se colocara parquet, el corredor de la parte alta tendrá ventanales con vidrio en sus paredes.					

Fuente: Ing. Freddy Cueva

Elaborado por: Ing. Freddy Cueva

iv. Proceso de producción del bien/Proceso de oferta del servicio

Proceso de producción del bien:

Los pasos a seguir para la obtención del producto final para determinar todos los requerimientos necesarios para la producción son:

- 1. Adquisición de la materia prima.-** Proformas de los productos, lista de proveedores, especificaciones de compra, recursos financieros, transporte.
- 2. Recepción de la materia prima.-** Facturas de los productos que se recibe, equipos para comprobar el peso, menaje para la colocar los productos.
- 3. Verificación de la materia prima.-** Equipos.
- 4. Lavado y desinfectado de la materia prima.-** Agua, lavabos, recipientes, productos desinfectantes.
- 5. Almacenamiento de la materia prima.-** Estanterías, cuartos fríos (refrigerador, congelador), bodega, inventario de ingreso, contenedores.
- 6. Requisición de la materia prima.-** Formato para requisición.
- 7. Preparación del mise en place.-** Equipos y utensilios, espacio físico, agua, luz, gas.
- 8. Preparación y cocción de los alimentos.-** Equipos y utensilios, espacio físico, agua, luz, gas.
- 9. Control de los procesos de producción (condiciones organolépticas y control de calidad).-** Formatos para la verificación, equipos y utensilios (termómetro).

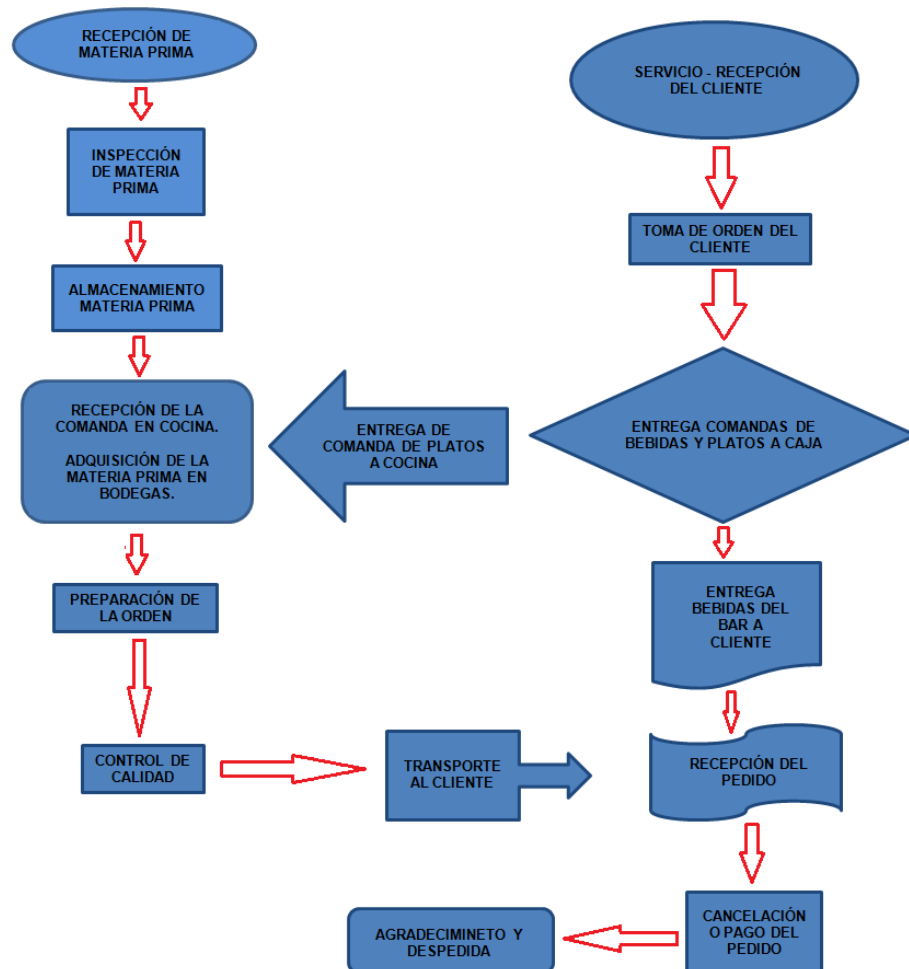
10. Transporte del producto terminado.- Equipos y utensilios.

En todos los procesos que se manejan para la obtención del producto final, interviene el recurso humano.

Proceso de oferta del servicio

GRÁFICO N.- 17

Flujo-grama del proceso de oferta del servicio desde que el cliente ingresa al Paradero Turístico Gastronómico Crow



Elaborado por: Jorge Crow

Identificación de los procesos:

1. Como primer punto se recepta la materia prima.
2. Se realiza una inspección de la materia prima, para el control de calidad y el correcto manejo y manipulación de los productos.
3. Se realiza el almacenamiento de la materia prima en las respectivas bodegas, para su mejor manipulación, control y principalmente el cuidado de los diferentes tipos de contaminación existentes.
4. Desde la llegada del cliente, se lo recibe en la entrada del local, para llevarlo a una mesa disponible y que esté acorde con el número de clientes, en donde se les entrega los respectivos menús.
5. Se toma la orden del cliente, previo a sugerencias y comentarios de los platos típicos ofertados, como también de las bebidas existentes, indicando que su pedido estará listo en un tiempo máximo de 20 minutos.
6. La comanda es entregada a caja, en donde se divide el pedido de los platos típicos que será entregado en la cocina y las bebidas que se distribuye en el bar del restaurante.
7. Entrega de la comanda a caja.
8. Se recibe la comanda en la cocina y se adquiere la materia prima de las respectivas bodegas.
9. Se prepara la o las órdenes en un tiempo no mayor a 15 minutos.
10. Mientras se prepara la o las órdenes, se sirven las bebidas del bar.
11. Se controla la calidad del producto final como, limpieza, orden de los géneros, la totalidad del pedido.

12. Se lleva el pedido al cliente, confirmando que esté completo.
13. Se entrega el pedido, consultando si todo está en orden y si desea algo más, se llena la comanda y se regresa al paso 7 de la entrega de la misma a caja.
14. Se pide a caja la cuenta, que es llevada por el mesero, cobrando y entregando el vuelto en caso de dinero en efectivo. Es aquí donde realizamos una encuesta indirecta sobre el nivel de aceptación de los platos, el servicio y sugerencias.
15. Con el agradecimiento recordamos a nuestros clientes, que estamos gustosos de atenderles.

Nota. El mantenimiento del local lo realiza el mesero, puliendo la cubertería, cristalería, limpiando las mesas, verificando que los manteles no se encuentren sucios, durante todo el día, pero principalmente antes del arribo de los clientes.

Requisiciones

PRODUCTOS PERECIBLES				PRODUCTOS NO PERECIBLES			
Ingrediente	Cantidad	Unidad de Medida	Costo	Ingrediente	Cantidad	Unidad de Medida	Costo
Arazá	20	Libra	\$ 6,00	Azúcar	100000	Gramos / 1 Quintal	\$ 45,00
Chontaduro	15	Racimo	\$ 20,00	Arroz	100000	Gramos / 1 Quintal	\$ 48,00
Hojas de chillangua picada	25	Unidad	\$ 0,50	Aceite de Oliva	24000	Gramos / 12 Litro	\$ 76,80
Hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica)	100	Unidades	\$ 1,00	Harina	1000	Gramos / 1 Kilogramo	\$ 2,70
Huamag Yuyo (Guadua tierna)	20	Unidad	\$ 18,00	Huevos	30	Unidades	\$ 3,50
Hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica)	100	Unidades	\$ 1,00	Vino blanco seco	750	ML / 1 Botella	\$ 8,00
Palmito	10	Unidad	\$ 10,00	Canela	180	Gramos	\$ 2,00
Hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica)	100	Unidades	\$ 1,00	Aceite de Oliva	1000	Gramos / 1 Litro	\$ 12,55
Garabato Yuyo	2267,95	Gramos / 5 Libra	\$ 5,00	Pasta de tomate	1	Litro	\$ 2,80
Palmito	10	Unidad	\$ 9,00	Maní	453,59	Gramos / 1 Libra	\$ 0,95
Ingrediente	Cantidad	Unidad de Medida	Costo	CARNES / PESCADOS / OTROS			
Yuca	300000	Gramos / 3 Quintal	\$ 54,00	Ingrediente	Cantidad	Unidad de Medida	Costo
Papa China	45359	Gramos / 100 Libras	\$ 30,00	Bocachico	4535,9	Gramos / 10 Libras / 10 unidades	\$ 28,00
Plátano verde	10000	Gramos	\$ 20,00	Tilapia	13607,7	Gramos / 30 Libras / 30 unidades	\$ 24,00
Cebolla paiteña	1814,36	Gramos/ 40 Libras	\$ 40,00	Bagre	4535,9	Gramos / 10 Libras / 10 unidades	\$ 20,00
Col	1	Unidad	\$ 0,50	Carachama	4535,9	Gramos / 10 Libras / 10 unidades	\$ 17,99
Limón Sutil	500	Unidad	\$ 8,00	Trucha	10000	Gramos / 5 Kilo	\$ 35,00
Ñame (Oca)	4535,9	Gramos/ 10 Libras	\$ 2,80	Atún	14000	Gramos	\$ 100,00
Cilantro	10	Atadito	\$ 2,00	Filete de trucha	5000	Gramos / 5 Kilo	\$ 17,50
Ajo	3628,72	Gramos / 6 Libras	\$ 6,00	Filete de tilapia	4535,9	Gramos / 10 Libras / 10 unidades	\$ 8,00
Platano	5000	Gramos	\$ 10,00	Caracol	3000	Gramos / 3 Kilogramos	\$ 7,50
Huevo	30	Unidad	\$ 3,50	Ancas de rana	4535,9	Gramos/ 10 Libras	\$ 55,00
Tomate Riñon	18143,6	Gramos/ 40 Libras	\$ 20,00	Carne de quanta	4535,9	Gramos/ 10 Libras	\$ 20,00
Pimiento	100000	Gramos / 1 Quintal	\$ 10,00	Carachama	4535,9	Gramos / 10 Libras / 10 unidades	\$ 17,99
Perejil	4	Atadito	\$ 0,40	Fondo oscuro	1	Taza	\$ 1,00
Cebolla Blanca	4	Atado de 8 c/u	\$ 4,00	Chontacuros	24	Unidad	\$ 5,00
Pimiento	100000	Gramos / 1 Quintal	\$ 10,00	LACTEOS			
Palmito	10	Unidad	\$ 10,00	Ingrediente	Cantidad	Unidad de Medida	Costo
Naranja	12	Unidad	\$ 2,10	Queso	500	Gramos	\$ 3,95
Ají	100	Unidad	\$ 1,50	Crema de leche	200	ML	\$ 0,95
Ají rocoto	1	Unidad	\$ 0,12	Mantequilla	500	Gramos	\$ 2,00
Tomate Riñon	4535,9	Gramos/ 10 Libras	\$ 5,00				
Lechuga	1	Unidad	\$ 0,40				
Papas	100000	Gramos / 1 Quintal	\$ 15,00				
Choclo	100000	Gramos / 1 Quintal	\$ 12,00				
Verde	2500	Gramos	\$ 5,00				
Tostado	4535,9	Gramos/ 10 Libras	\$ 7,00				
Chochos	4535,9	Gramos/ 10 Libras	\$ 11,00				
Orégano	30	Gramos	\$ 0,50				
Aguacate	30	Unidades	\$ 6,00				
Pimienta blanca	100	Gramos	\$ 2,80				
Pimienta verde	100000	Gramos / 1 Quintal	\$ 10,00				

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 19

Receta Estándar Chontacuro

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Chontacuro	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-001	RECETA N.- 1	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Chontacuros	6	Unidad	\$ 1,25
2	Yuca	65	Gramos	\$ 0,01
3	Sal			
Preparación: En un pincho se introducen los chontacuros cuidando de no reventarlos, se les agrega la sal y al final un pedazo de yuca. Se lleva a las brazas hasta que se doren y se sirven calientes.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,26
			(% CMP) 35%	\$ 3,60
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 20

Receta Estándar Maito de Carachama

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Maito de Carachama	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-002	RECETA N.- 2	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Carachama	453,59	Gramos	\$ 1,80
2	Hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica)	1	Unidad	\$ 0,01
3	Yuca	110	Gramos	\$ 0,02
4	Cebolla	70	Gramos	\$ 0,15
5	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
6	Arroz	120	Gramos	\$ 0,06
7	Sal			
Preparación: Aderezar la carachama con sal, cocido a las brasas envuelto en una hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica) junto con trozos de yuca, y luego servido con cebollas marinadas en limón y sal. Con arroz.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 2,05
			(% CMP) 35%	\$ 5,85
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 21

Receta Estándar de Maito de Garabato Yuyo y Palmito

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Maito de Garabato Yuyo y Palmito	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-003	RECETA N.- 3	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Chontaduro	0,15	Racimo	\$ 0,15
2	Palmito	1	Unidad	\$ 1,00
3	Garabato Yuyo	30	Gramos	\$ 0,07
4	Hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica)	1	Unidad	\$ 0,01
5	Yuca	110	Gramos	\$ 0,02
6	Arroz	120	Gramos	\$ 0,06
7	Cebolla colorada	70	Gramos	\$ 0,15
8	Tomate riñón	70	Gramos	\$ 0,08
9	Limón	0,5	Gramos	\$ 0,01
10	Sal			
Preparación: Se coloca una pequeña porción de chontaduro, palmito y garabato yuyo, en una hoja de bijao, de ahí el nombre de maito, luego se lo amarra y se cocina en una parrilla por unos 15 minutos. Se acompaña con arroz, yuca cocinada, cebolla y tomate. Chontaduro: es una planta nativa de las regiones tropicales y subtropicales de América. Se aprovecha su fruto. Garabato Yuyo (especie de helecho).			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,54
			(% CMP)	\$ 4,41
			35%	
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 22

Receta Estándar de Maito de Trucha

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Maito de Trucha	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-004	RECETA N.- 4	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Trucha	453,59	Gramos	\$ 1,59
2	Hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica)	1	Unidades	\$ 0,01
3	Yuca	110	Gramos	\$ 0,02
4	Tomate	70	Gramos	\$ 0,08
5	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
6	Cebolla colorada	70	Gramos	\$ 0,15
7	Arroz	120	Gramos	\$ 0,06
8	Sal			
Preparación: Adobar la trucha con sal. Ahumar al carbón las hojas de bijao evitando que se rompan. Envolver y amarrar el pescado en las hojas. Colocar el atado de pescado en una parrilla de carbón. Voltear constantemente y dejar en el fuego alrededor de 15 minutos. Servir con arroz, ensalada y yuca cocinada.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,91
			(% CMP) 35%	\$ 5,47
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 23

Receta Estándar de Maito de Tilapia con Palmito

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Maito de Tilapia con Palmito	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-005	RECETA N.- 5	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Tilapia	200	Gramos	\$ 0,35
2	Hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica)	1	Unidades	\$ 0,01
3	Yuca	110	Gramos	\$ 0,02
4	Plátano	80	Gramos	\$ 0,16
5	Palmito	0,5	Unidad	\$ 0,45
6	Aceite	20	Gramos	\$ 0,06
7	Cebolla blanca	0,0625	Unidad	\$ 0,06
8	Cebolla colorada	70	Gramos	\$ 0,15
9	Tomate riñón	70	Gramos	\$ 0,08
10	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
11	Arroz	120	Gramos	\$ 0,06
12	Sal			
Preparación: Se limpia y se lava el pescado con limón y sal se adoba o aliña con sal. Dejar macerar mínimo media hora, aparte se refrie la cebolla blanca y luego se colora el palmito picado. Sobre la hoja de bijao o platanillo poner una capa del refrito y colocar el pescado. Luego se rellena con el mismo refrito sobre y dentro del pescado. Finalmente se envuelve en la hoja y se lo cierra con una piola y se lo coloca a la braza durante cinco minutos de cada lado. Acompañar con arroz, ensalada, plátano, yuca.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,42
			(% CMP) 35%	\$ 4,05
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 24

Receta Estándar de Seco de Guanta

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Seco de Guanta	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-006	RECETA N.- 6	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Carne de guanta	120	Gramos	\$ 0,53
2	Cebolla paiteña	70	Gramos	\$ 0,15
3	Cebolla blanca	0,0625	Unidad	\$ 0,06
4	Pimiento verde	85	Unidad	\$ 0,01
5	Ají	1	Unidad	\$ 0,02
6	Ajo	5	Gramos	\$ 0,01
7	Cilantro picado	0,5	Atadito	\$ 0,05
8	Hojas de chillangua picada	2	Unidad	\$ 0,04
9	Maní	225	Gramos	\$ 0,47
10	Verde	80	Gramos	\$ 0,16
11	Yuca	110	Gramos	\$ 0,02
12	Arroz	120	Gramos	\$ 0,06
13	Sal			
Preparación: Ponga la carne en un recipiente hondo, cúbrala bien y déjela reposar durante 2 horas. Aparte haga un refrito en el aceite, con todos los ingredientes finamente picados, y los aliños, durante 15-20 minutos. A continuación, incorpore la carne con el líquido del adobo, mezcle todo bien y cueza a fuego lento hasta que esté suave. Sírvala con arroz. La Guanta, alcanza hasta 80 cm de largo y su peso promedio es de 10 kg. Tiene hábitos nocturnos y nada con facilidad. Durante el día reposa en cuevas y madrigueras cavadas por ellos mismos y en troncos o árboles viejos. Normalmente es solitaria, pero se la puede encontrar también en parejas. Se alimenta de frutos, semillas, insectos y pequeños vertebrados. Pare generalmente una cría dos veces por año. Esta especie puede ser manejada en condiciones semidomésticas debido a que es dócil. Es un animal muy perseguido por el alto valor nutritivo de su carne.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,58
			(% CMP) 35%	\$ 4,51
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 25

Receta Estándar Rana al Vapor

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Rana al vapor (ancas de rana)	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-007	RECETA N.- 7	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Ancas de rana	165	Gramos	\$ 2,00
2	Pimienta blanca	0,5	Gramos	\$ 0,01
3	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
4	Aceite de oliva	8	Gramos	\$ 0,10
5	Cebolla blanca	0,0625	Unidad	\$ 0,06
6	Ajo	7	Gramos	\$ 0,02
7	Vino blanco seco	100	ML	\$ 1,07
8	Fondo oscuro	1	Taza	\$ 0,50
9	Canela	1	Gramos	\$ 0,02
10	Perejil	0,5	Atadito	\$ 0,05
11	Sal			
Preparación: Poner las ancas de rana en remojo con el vino blanco seco, sal, limón, la noche anterior. Al día siguiente hacer un refrito con la cebolla blanca y el ajo. Colocamos las ancas en una cazuela con el fondo, la canela, el perejil y al horno, por 10 minutos, luego terminamos la cocción separando del fondo colocando una rejilla para que se cocine al vapor. El fondo se acompaña como salsa.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 3,84
			(% CMP) 35%	\$ 10,98
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

Receta Estándar del Ceviche de Caracol

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Ceviche de Caracol	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-008	RECETA N.- 8	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Caracol	100	Gramos	\$ 0,25
2	Tomates grandes	65	Gramos	\$ 0,07
3	Cebolla paiteña	65	Gramos	\$ 0,14
4	Ají	1	Unidad	\$ 0,02
5	Verde	120	Gramos	\$ 0,24
6	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
8	Pasta de tomate	0,03	Litro	\$ 0,08
9	Cilantro	0,15	Atadito	\$ 0,03
10	Orégano	3	Gramos	\$ 0,05
11	Aguacate	1	Unidad	\$ 0,20
12	Aceite de Oliva	30	Gramos	\$ 0,03
13	Sal			
Preparación: Corta en cuadros regulares y uniformes el caracol y marina al instante con jugo de limón durante 2 minutos. Mezclar con el tomate, la cebolla, el cilantro, la sal, la pimienta y la mitad del aceite de oliva. En un plato forma una cama con hoja de plátano y sirve la mezcla encima. Decorar con el aguacate en abanico y bañar con el resto del aceite de oliva.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,12
			(% CMP) 35%	\$ 3,21
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

Receta Estándar del Ceviche Volquetero

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Ceviche Volquetero	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-009	RECETA N. - 9	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Atún	70	Gramos	\$ 0,50
2	Verde	25	Gramos	\$ 0,05
3	Aceite	25	Gramos	\$ 0,08
4	Tostado	50	Gramos	\$ 0,08
5	Chochos	50	Gramos	\$ 0,12
6	Cebolla paiteña	45	Gramos	\$ 0,10
7	Tomate Riñón	45	Gramos	\$ 0,05
8	Cilantro	0,2	Atadito	\$ 0,04
9	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
10	Sal			
En la ciudad de Puyo el plato típico oficial es "El Volquetero" el cual consiste en una mezcla de productos de las tres regiones del Ecuador por la costa se encuentra el atún, el chocho, el tostado y la cebolla por la región interandina y el chifle de la variedad de plátano yurimagua por parte de la Amazonía.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,03
			(% CMP) 35%	\$ 2,93
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 28

Receta Estándar de Ceviche de Trucha

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Ceviche de Trucha	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-010	RECETA N. - 10	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Filete de trucha	85	Gramos	\$ 0,30
2	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
3	Ajo	5	Gramos	\$ 0,01
4	Cebolla Paiteña	70	Gramos	\$ 0,15
5	Ají rocoto	0,5	Unidad	\$ 0,06
6	Tomate Riñón	70	Gramos	\$ 0,08
7	Lechuga	0,1	Unidad	\$ 0,04
8	Papas	200	Gramos	\$ 0,03
9	Choclo	150	Unidad	\$ 0,02
10	Perejil	0,3	Atadito	\$ 0,03
11	Cilantro	0,3	Atadito	\$ 0,03
12	Sal			
13	Pimienta			
Preparación: Limpiar picar los filetes de trucha y cortar en dados pequeños, colocar en una fuente. Agregar luego, el ajo, el ají molido, la pimienta, la sal, el jugo de limón y mezclar todo, cubrir con la cebolla previamente cortada a la pluma y rociar sobre esta un poco más de jugo de limón. Dejar reposar por unos minutos y de nuevo mezclar todo. Para evitar el olor fuerte o el amargo de la cebolla, ponerlo en agua con hielo.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,76
			(% CMP) 35%	\$ 2,16
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 29

Receta Estándar de Ceviche de Palmito con Tilapia

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Ceviche de Palmito con Tilapia	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-011	RECETA N.- 11	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Filete de tilapia	80	Gramos	\$ 0,14
2	Palmito	0,5	Unidad	\$ 0,50
3	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
4	Naranja	1	Unidad	\$ 0,17
5	Cebolla blanca	0,125	Unidad	\$ 0,13
6	Ají	0,5	Unidad	\$ 0,05
7	Cilantro	0,5	Atadito	\$ 0,05
8	Sal			
Preparación: En un tazón mezclar la tilapia, jugo de limón, jugo de naranja, ralladura de naranja, cebolla, y el ají. Cubrir con plástico y dejar en refrigeración por 1 hora. Retirar el tazón de la nevera e incorporar cilantro y palmito. Agregar sal, pimienta.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,04
			(% CMP) 35%	\$ 2,97
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 30

Receta Estándar de Trucha Asada

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Trucha Asada	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-012	RECETA N.- 12	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Trucha	453,59	Gramos	\$ 1,59
2	Cebolla Paiteña	60	Gramos	\$ 0,13
3	Cebolla Blanca	0,125	Unidad	\$ 0,13
4	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
5	Pimiento	60	Unidad	\$ 0,01
6	Ajo	5	Gramos	\$ 0,01
7	Aceite	20	Gramos	\$ 0,06
8	Perejil	0,5	Atadito	\$ 0,05
9	Sal			
Preparación: Sazonar las truchas con sal, pimienta y limón, disponerlas en una fuente apta para horno. Pelar la cebolla y rehogarla en una sartén con aceite. Añadir la cebolla blanca cortado en rodajas gruesas y una vez que estén rehogados agregarlos a las truchas. Añadir la rama de perejil, introducir en el horno y cocinar, a media cocción.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,98
			(% CMP) 35%	\$ 5,67
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 31

Receta Estándar de Tilapia al Vapor

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Tilapia al Vapor, al Horno, Asado	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-013	RECETA N.- 13	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Tilapia	453,59	Gramos	\$ 0,80
2	Tomate Riñón	65	Gramos	\$ 0,07
3	Cebolla Paiteña	65	Gramos	\$ 0,14
4	Pimiento	65	Unidad	\$ 0,01
5	Aceite	20	Gramos	\$ 0,06
6	Arroz	120	Gramos	\$ 0,06
7	Perejil	0,5	Atadito	\$ 0,05
8	Ajo	10	Gramos	\$ 0,02
9	Sal			
Preparación: Picar las cebollas en estilo Juliana, en la sartén sofreír las cebollas, cuando estén suaves añadir los tomates picados también en juliana o rodajas, por 5 minutos mezclando continuamente. Añadir sal y perejil. Luego añadir las tilapias por 15 minutos o hasta que el pescado esté cocinado a su gusto. Acompañar con arroz, ensalada. (Se diferencia su preparación, por tipo de utensilio a utilizar como sartén, recipiente para horno u olla con rejilla para su cocción al horno).			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,22
			(% CMP) 35%	\$ 3,47
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 32

Receta Estándar de Caldo de Carachama

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Caldo de Carachama	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-014	RECETA N.- 14	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Carachama	225	Gramos	\$ 0,89
2	Ajo	5	Gramos	\$ 0,01
3	Cilantro	0,5	Atadito	\$ 0,05
4	Plátano	80	Gramos	\$ 0,16
5	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
6	Huevo	1	Unidad	\$ 0,12
7	Sal			
Preparación: Limpiar la carachama y poner a cocinar en agua, agregar el ajo picado. Una vez cocinado agregar el cilantro, y el huevo batido, servir con plátano cocinado. (En México se les llama peje diablo).			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,24
			(% CMP) 35%	\$ 3,54
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 33

Receta Estándar de Caldo de Tilapia

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Caldo de Tilapia	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-015	RECETA N.- 15	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Tilapia	280	Gramos	\$ 0,49
2	Cilantro	0,5	Atadito	\$ 0,05
3	Sal			
Preparación: tradicional de las nacionalidades indígenas, con el sazón peculiar en el que solo se incluye sal y agua. La tilapia es un pez introducido en la Región de fácil manejo y producción.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,54
			(% CMP) 35%	\$ 1,55
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 34

Receta Estándar de Huamag Yuyo de Bagre

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Huamag Yuyo de Bagre (Guadua Tierna)	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-016	RECETA N.- 16	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Huamag Yuyo (Guadua tierna)	0,5	Unidad	\$ 0,45
2	Bagre	80	Gramos	\$ 0,35
3	Cebolla Colorada	70	Gramos	\$ 0,15
4	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
5	Verde	150	Gramos	\$ 0,30
6	Cilantro	0,5	Atadito	\$ 0,05
7	Sal			
Las Nacionalidades utilizaron el huamag yuyo (guadua tierna) desde tiempos no registrados por lo que es una herencia de sus antepasados. Este plato podemos saborear en las festividades de Arajuno, provincia de Pastaza, en el mes de Mayo.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,32
			(% CMP) 35%	\$ 3,76
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 35

Receta Estándar de Bocachico

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Bocachico	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-017	RECETA N.- 17	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Bocachico	125	Gramos	\$ 0,77
2	Yuca	65	Gramos	\$ 0,01
3	Plátano verde	65	Gramos	\$ 0,13
4	Cebolla paiteña	0,125	Unidad	\$ 0,13
5	Ají	0,5	Unidad	\$ 0,05
6	Col	0,03	Unidad	\$ 0,02
7	Arroz	120	Gramos	\$ 0,06
8	Ajo	5	Gramos	\$ 0,01
9	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
10	Ñame (Oca)	115	Gramos	\$ 0,07
11	Sal			
Preparación: Lavar el bocachico, partílos en dos y adobarlos con ajo y sal. En una olla poner a hervir (plátano, yuca, ñame, ají) y se deja cocinar por media hora o cuarenta y cinco minutos. Cuando estos ingredientes estén blandos, se mezcla todo, dejando hervir por veinte minutos. Cuando está listo se sirve en plato hondo acompañado con arroz blanco, ensalada de cebolla con col y limón.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 1,25
			(% CMP) 35%	
			PVS	\$ 3,57

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 36

Receta Estándar del Tamal de Papa China

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Tamal de Papa China	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-018	RECETA N.- 18	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Papa China (papa nabo)	80	Gramos	\$ 0,05
2	Queso	20	Gramos	\$ 0,16
3	Crema de leche	20	ML	\$ 0,10
4	Mantequilla	6	Gramos	\$ 0,02
5	Hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica)	1	Unidades	\$ 0,01
6	Sal			
Preparación: (papa nabo) reducida a puré, mezclada con crema de leche, mantequilla y queso, todo envuelto en hojas de bijao y cocinado en una olla tamalera.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,34
			(% CMP) 35%	
			PVS	\$ 0,97

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 37

Receta Estándar de la Chicha de Yuca

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Chicha de Yuca	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-019	RECETA N.- 19	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Yuca	80	Gramos	\$ 0,01
2	Azúcar	120	Gramos	\$ 0,05
3	Canela	1	Gramos	\$ 0,01
4	Agua			
Preparación: Pele y lave la yuca, luego cocer hasta que se deshaga. Una vez deshecha la yuca agregue la canela y el azúcar, dejando hervir por unos minutos más. Cuando esté lista puede servirla fresca o fermentada.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,08
			(% CMP) 35%	\$ 0,22
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 38

Receta Estándar de la Chicha de Chonta

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Chicha de Chonta	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-019.1	RECETA N.- 19.1	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Chontaduro	0,15	Racimo	\$ 0,15
2	Azúcar	80	Gramos	\$ 0,04
3	Canela	1	Gramos	\$ 0,01
4	Agua			
Preparación: Se muele el chontaduro con cascara (sin pepa), se conserva fermentándose en un recipiente tapado, para hacer la chicha se le agrega agua a una porción y se exprime con un trapo, se endulza con azúcar y canela previamente hervida con el agua.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,20
			(% CMP) 35%	\$ 0,56
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 39

Receta Estándar del Jugo de Arazá

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Jugo de Arazá	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-020	RECETA N.- 20	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Arazá	0,5	Libra	\$ 0,15
2	Azúcar	80	Gramos	\$ 0,04
Preparación: Licuar, cernir y servir.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,15
			(% CMP) 35%	\$ 0,43
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

Adicionales: Estas recetas son preparadas especialmente para los más pequeños, jugando con los productos de la zona, para de esta manera no perder la identidad del local.

TABLA N.- 40

Receta Estándar de Hamburguesa de Tilapia

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Hamburguesa de Tilapia (Menú Infantil)	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-021	RECETA N.- 21	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Tilapia	50	Gramos	\$ 0,09
2	Yuca	110	Gramos	\$ 0,02
3	Lechuga	0,05	Unidad	\$ 0,01
4	Cebolla Paiteña	25	Gramos	\$ 0,06
5	Tomate Riñón	30	Gramos	\$ 0,03
6	Aceite	20	Gramos	\$ 0,06
7	Cilantro	0,5	Atadito	\$ 0,05
8	Pan de Hamburguesa	1	Unidad	\$ 0,13
9	Sal			
Preparación: Freír el filete de tilapia. Picar en juliana la yuca, cocinar y freír. Picar en aros la cebolla, el tomate en rodajas, y repicar en cilantro. Partido el pan, agregamos la lechuga, la tilapia, la cebolla, el tomate y un poco del cilantro, en el plato colocamos la hamburguesa con las yucas fritas y espolvoreamos el resto del cilantro.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,46
			(% CMP) 35%	
			PVS	\$ 1,30

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 41

Receta Estándar de Suspiros de Yuca

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Suspiros de Yuca	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-022	RECETA N.- 22	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Yuca	110	Gramos	\$ 0,02
2	Queso	20	Gramos	\$ 0,16
3	Crema de leche	20	ML	\$ 0,10
4	Mantequilla	30	Gramos	\$ 0,12
5	Lechuga	0,05	Unidad	\$ 0,01
6	Cebolla Paiteña	25	Gramos	\$ 0,06
7	Tomate Riñón	30	Gramos	\$ 0,03
8	Cilantro	0,5	Atadito	\$ 0,05
9	Limón	0,5	Unidad	\$ 0,01
10	Sal			
Preparación: Cocinar la yuca hasta que este suave, agregar la crema de leche, la mitad de la mantequilla. Le damos forma con la manga adicionando en la mitad el queso. Untar en una lata el resto de la mantequilla y colocamos los suspiros para ponerlos en el horno por 5 minutos. Servir con ensalada de cebolla, tomate y cilantro.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,55
			(% CMP) 35%	\$ 1,58
			PVS	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 42

Receta Estándar de Buñuelo de Yuca

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Buñuelo de Yuca	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-023	RECETA N.- 23	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Yuca	110	Gramos	\$ 0,02
2	Huevo	1	Unidad	\$ 0,12
3	Mantequilla	30	Gramos	\$ 0,12
4	Aceite	20	Gramos	\$ 0,06
5	Sal			
Preparación: Pelar, lavar y cocinar la yuca al vapor. Cuando la yuca esté suavecita sacarla y aplastarla. Mezclar con la yema del huevo. Aparte, la clara batir a punto de nieve y agregar a la masa, mezclándola. La sal ponerla al gusto. Luego freír en porciones pequeñas. Cuando estén doraditas sacarla. Servir con dulce de Arazá.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,32
			(% CMP) 35%	
			PVS	\$ 0,92

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 43

Receta Estándar de Dulce de Arazá

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Dulce de Arazá	FECHA:	01/01/2013
CÓDIGO DE LA RECETA:		RE-024	RECETA N.- 24	
PAX:	1			
TOTAL INGREDIENTES	INGREDIENTES	CANTIDAD UTILIZADA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL
1	Arazá	0,5	Libra	\$ 0,15
2	Azúcar	45	Gramos	\$ 0,02
3	Canela	2	Gramos	\$ 0,02
4	Agua			
Preparación: Cocinar el arazá en agua con el azúcar y la canela hasta que se disuelva el azúcar y se mezclen los sabores.			COSTO POR PORCIÓN	\$ 0,19
			(% CMP) 35%	
			PVS	\$ 0,54

ELABORADO POR: Jorge Crow

El porcentaje de inflación al 2011 es de 3,17% a 5,39%, en promedio el porcentaje de inflación anual actual es del 4,28%, mismo que se tomo de referencia para la presente proyección.

TABLA N° 44

Proyección de ventas con el 4,28% de inflación anual al 2011.

Rubro \ año	1	2	3	4	5
Ventas Netas	91208,16	95111,87	109378,64	125785,44	144653,26
Costo de Producción	17051,40	17781,20	18136,82	18499,56	18869,55
Costo de Administración	5136,41	5356,24	5409,81	5463,90	5518,54
Costo de Venta	26190,67	27311,63	27857,86	28415,02	28983,32
Costo Financiero	3171,62	3171,62	3171,62	31716,18	3171,62
Utilidad del Ejercicio	25619,11	26803,30	35402,44	26932,24	56919,21

FUENTE: Estudio Financiero. Estudio de Factibilidad para la Creación de Paradero Turístico Gastronómico en Shell, Pastaza 2012.

ELABORADO POR: Jorge Crow

v.Viabilidad Técnica

Se analizará todos los factores que permitirán el emplazamiento óptimo del proyecto como:

i.Infraestructura y Construcción:

El Paradero Turístico Gastronómico Crow, es viable por su infraestructura que pretende dañar en lo más mínimo el medio ambiente, con una construcción a base de madera, utilizando materia prima lo menos elaborada posible, con materiales que no son nocivos para el medio ambiente y que se encuentran en el mercado, aprovechando también recursos de la zona.

Es favorable destacar que no existe competencia cerca, porque los locales de expendio de alimentos que existen en la zona son de comida rápida, restaurantes que expenden almuerzos, más no comida típica.

ii.Mano de obra:

Se utilizara personal para cada área, capacitando constantemente, para una mejor atención a los clientes.

iii.Materia Prima:

La materia prima a utilizar son productos típicos de la zona, los cuales se manejará con proveedores, cumpliendo estándares de calidad, manteniendo los niveles sanitarios adecuados para cada producto. Los desperdicios alimenticios serán previamente clasificados y entregados a un establecimiento específico para utilizarlo como abono.

iv.Maquinaria y Equipo:

Tanto la maquinaria como el equipo a utilizar, se encuentra previamente analizado, desde el origen hasta su cotización, tomando en cuenta el espacio disponible y el proceso de producción, para poder aprovechar sus funciones o virtudes en su totalidad.

Todos los procesos se los realiza cuidando en todo momento el medio ambiente, procurando tener el mínimo desperdicio en todos los sentidos como por ejemplo papelería, manteniendo así respeto a la ecología del lugar.

TABLA N.- 45

Equipo de Cocina

Equipos de Cocina	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Cocina de 6 quemadores con plancha y parrilla.	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Campana Extractora de olores	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Horno Industrial 8 latas	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Cuarto frío (Refrigerador)	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Cuarto Frío (Congelador)	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Licuada Industrial 5 lt	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Batidora Profesional 5 lt	1	\$ 570,00	\$ 570,00
Extractor de cítricos	1	\$ 175,00	\$ 175,00
Balanza 5 Kg	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Mesa de Trabajo	3	\$ 220,00	\$ 660,00
Estante 4 repisas	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Licuada Oster	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Batería de cocina # 60	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Batería de cocina # 40	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Cilindro de Gas 45 Kg	4	\$ 70,00	\$ 280,00
TOTAL			\$ 7.995,00

FUENTE: Hornos Lincoln, RIOLAC, Agro-Industrias

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 46**Menaje y Vajilla**

Menaje y Vajilla	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Cuchillo cebollero	3	\$ 12,50	\$ 37,50
Puntilla	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Espumadera	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Especiero de acero	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Manga pastelera	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Espátula	2	\$ 3,65	\$ 7,30
Set de boquillas	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Cortador de pizza industrial	1	\$ 8,60	\$ 8,60
Tabla de picar (colores)	4	\$ 7,00	\$ 28,00
Bols 38 cm	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Cucharon	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Exprimidor de limón	2	\$ 0,65	\$ 1,30
Colador de plástico	2	\$ 0,55	\$ 1,10
Colador de metal	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Termómetro bimetálico(16cm)	1	\$ 6,50	\$ 6,50
Jarra multiusos	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Vasos de polietileno de 8 Onz	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Bandejas de el servicio	15	\$ 8,00	\$ 120,00
Rallador de 4 lados	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Pala multiusos	2	\$ 0,85	\$ 1,70
Cucharón multiusos	3	\$ 1,20	\$ 3,60
Pinza Espagueti	2	\$ 0,89	\$ 1,78
Prensa puré	1	\$ 3,20	\$ 3,20
Colador chino	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Sartén grande	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Sartén pequeño teflón	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Bolillo	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Dispensador de agua	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Platos base	200	\$ 2,10	\$ 420,00
Vasos de cristal de 8 Onz	300	\$ 0,40	\$ 120,00
Cubiertos	200	\$ 0,60	\$ 120,00
Cucharas pequeñas	200	\$ 0,25	\$ 50,00
TOTAL			\$ 1.222,58

FUENTE: Hornos Lincoln, RIOLAC, Plastimas**ELABORADO POR:** Jorge Crow**TABLA N.- 47****Requerimiento de Equipos de Computo**

EQUIPO DE CÓMPUTO	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Computador e Impresora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL			\$ 1.200,00

FUENTE: HP Store, PC World Ecuador.**ELABORADO POR:** Jorge Crow

TABLA N.- 48

Requerimiento de Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Mesas	44	\$ 35,00	\$ 1.540,00
Sillas	176	\$ 10,00	\$ 1.760,00
Escritorio	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Silla de Oficina	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Archivador	1	\$ 65,00	\$ 65,00
TOTAL			\$ 3.465,00

FUENTE: Mueblería Rosita, Maderas & Ambientes**ELABORADO POR:** Jorge Crow**TABLA N.- 49**

Requerimiento de Suministros de Oficina

Útiles de Oficina	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Resma de papel	2	\$ 6,00	12
Cartucho	4	\$ 35,00	140
Memoria externa	1	\$ 25,00	25
Carpetas	12	\$ 0,15	1,8
Resaltador	3	\$ 0,75	2,25
Perforadora	1	\$ 1,35	1,35
Grapadora	1	\$ 1,50	1,5
Tijeras	2	\$ 0,75	1,5
Esferos	6	\$ 0,35	2,1
TOTAL			187,5

FUENTE: SistiComp, Contilibro, Librería Selecta**ELABORADO POR:** Jorge Crow

TABLA N.- 50**Requerimiento de Suministros de Limpieza**

SUMINISTROS DE OFICINA	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Escobas	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Recogedor de basura	3	\$ 1,25	\$ 3,75
Botes de Basura con tapa (Grandes	3	\$ 4,20	\$ 12,60
Fundas de basura Industriales (20 unidades)	20	\$ 1,00	\$ 20,00
Trapeadores	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Cloro (galón)	1	\$ 3,39	\$ 3,39
Desinfectante (galón)	1	\$ 4,10	\$ 4,10
Estropajos	10	\$ 0,25	\$ 2,50
Limpiones	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Rollo de papel toalla	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Rollo plástico	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Jabón para platos (galón)	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Lava vajilla (1 Kg)	4	\$ 3,20	\$ 12,80
Papel higiénico	24	\$ 0,20	\$ 4,80
TOTAL			\$ 127,44

FUENTE: Dicosavi, Plastimas.

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 51**Materiales**

DESCRIPCIÓN	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Uniformes	8	\$ 45,00	360
Gorros desechables	100	\$ 0,05	5
Mascarillas	100	\$ 0,01	0,65
Guantes	100	\$ 0,05	5
TOTAL			370,65

FUENTE: ChefCity, Farmacias Económicas

ELABORADO POR: Jorge Crow

b. ASPECTOS JURÍDICOS – MERCANTILES

i. Forma Jurídica elegida para el proyecto.

"La compañía anónima, es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas, lo que diferencia la una de la otra es que en la de responsabilidad limitada hay participaciones y en las anónimas hay acciones.

¿Qué es una acción? Es un título – valor, que se lo puede negociar.

Las Sociedades Anónimas constituyen un novísimo tipo de empresa, muy difundidas en estos últimos tiempos. En este tipo de sociedad su razón social no se designa por el nombre de ninguno de los socios, sino por el objeto para el cual se forman, y se administran por mandatarios, amovibles socios o no socios por estipendio o gratuitamente.

El Capital de la compañía anónima se divide en acciones que arrojan un volumen de aportación. Se distinguen mercantilmente por las iniciales C.A., por no tener la designación del nombre de ninguno de los socios, o Sociedad Anónima (S.A.) indistintamente empleado.

El Paradero Turístico Gastronómico Crow, tiene como socios a Jorge Crow y Familia, dando así un total de cuatro socios, con una responsabilidad ilimitada.

ii.Requisitos legales para su apertura y funcionamiento (trámites, permisos, y demás).

Para constituir la compañía:

1. Aprobación del nombre de la Compañía

Trámite.- Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Documentación:

- Copia de cédula.

2. Apertura Cuenta de Integración de Capital

Trámite.- Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Documentación:

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.

- Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
- El valor del depósito
- Modelo solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Compañía Limitada.
- Modelo solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Sociedad Anónima.

3. Celebrar la Escritura Pública

Trámite.- Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

Documentación:

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
- Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco.
- Minuta para constituir la Compañía.
- Pago derechos Notaría.
- Modelo Minuta Constitución Compañía Limitada.
- Modelo Minuta Constitución Compañía Anónima.

4. Solicitar la Aprobación de las Escrituras de Constitución.

Trámite.- Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

Documentación:

- Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución.
- Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud.
- Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía.
- Modelo solicitud aprobación Escrituras.

5. Obtener la Resolución de Aprobación de las Escrituras

Trámite.- La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

Documentación:

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

6. Cumplir con las Disposiciones de la Resolución

Trámite:

- Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
- Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
- Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

- Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
- Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

7. Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Trámite.- Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Documentación:

- Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
- Patente municipal.
- Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
- Publicación del extracto.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

8. Elaborar Nombramientos de la Directiva de la Compañía

Trámite.- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

Documentación:

- Modelo Nombramiento Gerente.
- Modelo Nombramiento Presidente.

9. Inscribir Nombramientos en el Registro Mercantil

Trámite.- Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

Documentación:

- Tres copias de cada Nombramiento.
- Copia de las Escrituras de Constitución.
- Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente.

10. Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías.

Trámite.- Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

Documentación:

- Formulario RUC 01A
- Formulario RUC 01B
- Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente.
- Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía.
- Publicación del extracto.

11. Obtener el RUC.

Trámite.- Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación:

- Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.

- Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
- Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
- Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.
- Modelo de Autorización para obtener el RUC por una tercera persona.
- Modelo carta SRI para uso gratuito de oficina.

12. Retirar la Cuenta de Integración de Capital.

Trámite.- Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

Documentación:

- Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
- Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.

- Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.
- Modelo de autorización de retiro de capital del banco.

13. Aperturar una Cuenta Bancaria a Nombre de la Compañía.

Trámite.- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Documentación:

- Solicitud de apertura de cuenta.
- Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
- Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
- Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.
- Modelo solicitud apertura cuenta corriente o de ahorros.

14. Obtener Permiso para Imprimir Facturas.

Trámite.- Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

Documentación:

- Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
- Permiso de Bomberos.
- En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
- Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
- Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
- Registro patronal en el IESS.
- Patente Municipal.
- Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
- Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
- Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

Permisos para edificar y otros trámites:

15. Línea de Fábrica para Edificación.

- Compra de formulario Línea de Fábrica (Tesorería) \$2
- Certificado de no adeudar al Municipio. (Tesorería) \$2
- Compra de formulario Certificado del Plan Regulador (Tesorería) \$2
- Copia de la escritura y Levantamiento planimétrico.
- Certificado del Registro de la Propiedad
- Copia de la Cédula de Identidad y papeleta de votación del propietario.

16. Aprobación de Planos.

- Línea de fábrica aprobada (edificar) \$2.
- Compra de formulario de revisión de planos para edificación (tesorería).
- Compra de formulario de permiso definitivo de construcción. (tesorería).
- Formulario de INEC.
- 3 juegos de planos arquitectónicos.
- 3 juegos de planos estructurales (según el caso).
- Copia de la escritura registrada.
- Cédula de identidad y papeleta de votación del propietario.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Certificado del plan regulador.
- Si la edificación es mayor a 1000 m² y sobrepasen las 3 unidades de vivienda 3 pisos de altura adjuntar estudios de suelo y el diseño estructural sismo resistente. Comprobante de pago por aprobación de planos.
- En construcciones destinadas al comercio o industrias peligrosas anexar informe del cuerpo de bomberos y de medio ambiente.
- Copia del registro profesional del proyectista y calculista estructural (si no está registrado en el Municipio).
- Carta de responsabilidad técnica.
- Comprobante de determinación de línea de fábrica.

17. Requisitos para la Instalación del Medidor.

- Presentar cédula de identidad (original).
- Presentar certificado de votación (original).
- Presentar copia de escrituras o levantamiento planimétrico.
- Tener terminada la casa.
- Tener las instalaciones terminadas.
- Valor de inspección \$11,20

La validez del pago de inspección es de tres meses.

18. Permisos de Funcionamiento para Establecimientos Turísticos.

Las personas naturales o jurídicas para obtener la licencia anual de funcionamiento deberán presentar en la Oficina de la Dirección Municipal de Turismo la documentación siguiente:

- Solicitud dirigida Alcalde.
- Certificado del Registro del Ministerio.
- Patente Municipal.
- RUC.
- Lista de precios.
- Formulario de la planta.
- Certificado de pago. Licencia del año anterior.
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo.

19. Registro de la Actividad Turística.

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPi.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

20. Afiliación a la Cámara de Turismo.

- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Copia de la cédula de identidad y papel de votación.
- Llenar la solicitud entregada en CAPTUR (especie valorada).
- 2 fotos tamaño carnet actualizadas.
- Lista de precios o copia de cartas de servicios.

21. Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

TIPO C.- Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos:

- Solicitud de inspección del local;
 - Informe favorable de la inspección;
 - Copia del RUC; y,
 - Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).
-
- **Art. 330.- Visto Bueno en Edificaciones.-** La persona interesada o el profesional responsable del proyecto debe presentar en el área técnica del Departamento de Prevención del Cuerpo de Bomberos, con la siguiente documentación:

Requisitos:

- Solicitud de Inspección
- Memoria Técnica y Planos del Sistema Contra Incendio.
- Planos Arquitectónicos
- Informe de Regulación
- Solicitud de Registro de Planos (Municipio)
- Pago de Impuesto Predial
- Tasa de Bomberos = dependerá del Área Bruta Total del proyecto

- **Permisos de Ocupación y Habitabilidad**

Verificación de la implementación del Sistema Contra Incendios según el Visto Bueno antes aprobado.

➤ **Art. 340.- Permisos de ocupación y habitabilidad.-** Una vez concluida la obra de edificación con el sistema de prevención aprobado en plano y debidamente instalado y listo para operar, la persona interesada o profesional de la obra, debe presentar en el Departamento de Prevención del Cuerpo de Bomberos, la solicitud de permiso de ocupación en el formulario correspondiente.

➤ **Art. 341.-** Realizada la inspección física y de acuerdo con los planos de estudios especiales se procederá a emitir el informe respectivo en el término de tres días.

➤ **Art. 342.-** En el caso de que el informe sea desfavorable, el Cuerpo de Bomberos está facultado a negar el permiso de ocupación mientras no se cumpla con las normas y el Sistema de Prevención contra Incendios aprobados en el visto bueno de planos para edificación.

Requisitos:

- Informe de Visto Bueno de Planos
- Solicitud de Inspección
- Inspección
- Tasa = 20,00 USD

22. Permiso de la Intendencia.

La intendencia de policía es la entidad encargada de que el establecimiento sea lícito y corresponda a la actividad a la cual está inscrita.

Requisitos:

- Oficio al Sr Intendente de Policía.
- Para la obtención del permiso la intendencia realizara la inspección necesaria.

23. Permiso de Funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud.

El Ministerio de Salud es el ente encargado de vigilar por la salud de todos los habitantes, quien se encarga de conceder el permiso de funcionamiento siempre y cuando cumplan con las disposiciones existentes en el Código de Salud.

Requisitos:

- Copia del título profesional.
- Original y copia de la cedula de identidad
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Copia del RUC.
- Copia del permiso de cuerpo de bomberos.
- Exámenes de sangre y heces de todo el personal de la empresa esto se los debe hacer en el Ministerio de Salud Publica o en la cruz Roja.
- Certificado de capacitación, otorgado por el Dirección Provincial de Salud Publica de Chimborazo a través del departamento de vigilancia.
- Certificado de salud.
- Acta de inspección otorgado por el inspector de zona.
- Comprar una solicitud (\$1).
- Carpeta con pestaña.
- Una foto del representante legal.
- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario

- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

Certificados de salud empleados

Obligación: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud.

24. Uso de Suelo.

Obligación: Obtener el permiso de Uso de Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo: obtención cuando se va a instalar el establecimiento y el permiso tiene validez durante un año.

Requisitos:

- Informe de Regulación Metropolitana o Línea de Fábrica (para obtener el correspondiente informe se debe llenar el formulario correspondiente (gratuito) y

adjuntar la carta del impuesto predial del año, Cédula de Identidad, Papeleta de votación. Este Informe tiene validez por dos años.

- RUC
- Copias de Cédula de Identidad del peticionario.
- Solicitud dirigida al administrador

25. Certificado de Gestión Ambiental.

Obligación: Registrarse en la Administración Zonal correspondiente.

Requisitos:

- Copia de cédula de identidad.
- Copia de papeleta de votación.
- Informe de regulación.
- Copia del certificado del Informe técnico de uso de suelo, otorgado por la dirección de planificación.
- Copia del permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia del certificado de salud
- Oficio dirigido al Director de Higiene, solicitando la inspección del local.
- Pago por inspección, tiene un costo de \$ 3.50
- Registro (el formulario es gratuito y lo entregan en la administración zonal correspondiente) y se entrega en la misma con los datos solicitados.
- Posteriormente se emite el certificado ambiental que tiene un costo de \$32.

Para otorgar el certificado ambiental se realizará una Inspección al establecimiento por parte de la Dirección de Ambiente del Municipio correspondiente, en el caso de bares se realizará por la noche para verificar la emisión de ruido.

26. Número Patronal.

Los empleadores, sin excepción, están obligados a realizar la afiliación de sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social desde el primer día de labor.

El empleador debe solicitar un número patronal en el IESS que sirve de identificación de la empresa para realizar la afiliación de sus empleados.

Requisitos:

- Llenar el formulario para solicitar el número patronal en el IESS.
- Copia del RUC.
- Copia de cedula de identidad del representante legal.
- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en la Inspectoría de Trabajo.
- Copia del comprobante de pago de luz, agua, teléfono.

27. Patentes

Permiso de funcionamiento para que todo negocio pueda realizar su actividad comercial.

- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación.
- Copia del Ruc.
- Copia de permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Copia del permiso de funcionamiento de Salud.
- Copia de la Licencia Única Anual De Funcionamiento
- Copia del permiso de la Intendencia

Procedimiento.- Para negocios nuevos deberán acercarse al Departamento de Rentas Municipales y entregar los documentos solicitados para su respectiva inspección.

28. Categorización

De acuerdo a la Ley de Turismo Ley No. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002, otorgada por el Ministerio de Turismo (MINTUR), en el capítulo V de las categorías, especifica en el Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá

privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

A continuación se presenta un resumen de los requisitos básicos tomados como parámetros para clasificar los restaurantes a nivel internacional.

Restaurantes de lujo (cinco tenedores)

Este tipo de establecimientos debe tener una organización eficaz, regidas por normas y procedimientos y, contar con políticas internas y externas para su manejo. Los restaurantes de este tipo son adornados generalmente con maderas muy finas, las mesas y las sillas deben estar acordes a la decoración; alfombras de muy buena calidad, la música (viva o ambiental) debe ser suave, las luces (focos y lámparas) deben ser graduables y el aire acondicionado debe ser controlado por termostato. Los alimentos y las bebidas tienen obligatoriamente que ser de la más alta calidad, la higiene debe reinar en todas las áreas: frente, salón, cocina, baños y, por último, el personal debe estar debidamente uniformado. El personal de servicio además de estar capacitado para cada función debe ser entrenado periódicamente para garantizar un servicio eficiente y elegante. Además se deberá contar con:

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio.

- Guardarropa y vestíbulo o sala de espera.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Teléfono en cabinas aisladas y teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Aire acondicionado.
- Servicios sanitarios con instalaciones de lujo, independientes para damas y caballeros.
- Decoración en armonía con el rango del establecimiento.
- Buffet frío a la vista, en el comedor (opcional).
- Accesorios diversos: carros para flamear, mesas auxiliares, cubre fuentes.
- Cocina equipada con almacén, bodega, cámara frigorífica, despensa, oficina, hornos, gratinador, parrilla para pescados y carnes, fregaderos, extractores de humos y olores.
- Carta con variedad de platos de la cocina nacional e internacional y carta de vinos amplia modificada periódicamente.
- Personales debidamente uniformados.
- Cubertería de acero inoxidable o de plata.

Restaurantes de primera (cuatro tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal.
- Sala de espera.
- Guardarropa (en países fríos).

- Teléfono inalámbrico.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Aire acondicionado, calefacción y refrigeración.
- Mobiliario y decoración de primera calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica separada para pescados y carnes, horno, despensa, almacén, bodega, fregaderos y ventilación exterior.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

Restaurantes de segunda (tres tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio.
- Guardarropa.
- Teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Mobiliario de calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica, despensa, almacén fregaderos, ventilación al exterior.
- Carta en consonancia con la categoría del establecimiento.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

Restaurantes de tercera (dos tenedores)

- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Teléfono inalámbrico.
- Mobiliario adecuado.
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio, cristalería sencilla y mantelería con servilletas de tela o papel.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros.
- Cocina con fregadero con agua caliente, cámara frigorífica o nevera, despensa y extractor de humos.
- Personal de servicio uniformado al menos con chaqueta blanca.
- Carta sencilla.

Restaurantes de cuarta (un tenedor)

- Comedor independiente de la cocina.
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza y vidrio, cristalería sencilla, servilletas de tela o papel.
- Servicios sanitarios decorosos.
- Personal perfectamente aseado.
- Carta sencilla.

TABLA N.- 52

Requisitos Legales para el Funcionamiento del Paradero.

DESCRIPCIÓN	LUGAR	OBLIGACIONES	RESPONSABLE	COSTO
Aprobación del Nombre de la Compañía	Superintendencia de Compañías	Aceptación del nombre del paradero	Gerente Administrativo	\$ 0,50
Apertura Cuenta de Integración de Capital	Bancos	Cuenta de integración del capital	Gerente Administrativo	\$ -
Celebrar la Escritura Pública	Notaría	Minuta de constitución del paradero	Gerente Administrativo	\$ 3,50
Solicitar la Aprobación de las Escrituras de Constitución	Superintendencia de Compañías	Solicitud de aprobación	Gerente Administrativo	\$ 2,00
Obtener la Resolución de Aprobación de las Escrituras	Superintendencia de Compañías	Aprobación de escrituras	Gerente Administrativo	\$ -
Cumplir con las Disposiciones de la Resolución	Periódico Local	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ 30,00
Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil	Registro Mercantil	Inscripción de escrituras	Gerente Administrativo	\$ 5,00
Elaborar Nombramientos de la Directiva de la Compañía	Establecimiento	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ -
Inscribir Nombramientos en el Registro Mercantil	Registro Mercantil	Constitución	Gerente Administrativo	\$ 2,00
Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías	Superintendencia de Compañías	Revisión	Gerente Administrativo	\$ -
Obtener el RUC	SRI	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ 1,00
Retirar la Cuenta de Integración de Capital	Bancos	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ -
Aperturar una Cuenta Bancaria a Nombre de la Compañía	Bancos	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ -
Obtener Permiso para Imprimir Facturas	SRI	Permiso para imprimir facturas	Gerente Administrativo	\$ 1,00
Línea de Fábrica para Edificación	Gobernación Cantón Mera	Autorización para edificar	Gerente Administrativo	\$ 150,00
Aprobación de Planos	Gobernación Cantón Mera	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ 35,00
Requisitos para la Instalación del Medidor	Empresa Eléctrica	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ 18,00
Permisos de Funcionamiento para Establecimientos Turísticos	Dirección Municipal de Turismo	Permiso de funcionamiento	Gerente Administrativo	\$ 20,00
Registro de la Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ 45,00
Afiliación a la Cámara de Turismo	Cámara Provincial de Turismo	Afiliarse y pagar cuotas sociales	Gerente Administrativo	\$ 50,00
Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Permiso de funcionamiento	Gerente Administrativo	\$ 25,00
Permiso de la Intendencia	Intendencia de Policía	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ -
Permiso de Funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud	Ministerio de Salud	Permiso de funcionamiento	Gerente Administrativo	\$ 100,00
Uso de Suelo	Gobernación Cantón Mera	Para uso de suelo	Gerente Administrativo	\$ -
Certificado de Gestión Ambiental	Dirección del Medio Ambiente del Municipio	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ 40,00
Número Patronal	IESS	Para afiliación de empleados	Gerente Administrativo	\$ -
Patentes	Gobernación Cantón Mera	Requisitos	Gerente Administrativo	\$ 30,00

FUENTE: Gobernación, Ministerio de Turismo, Cuerpo de Bomberos, Ministerio de Salud Pública Superintendencia de compañías, SRI, IESS, Dirección del Medio Ambiente del Municipio.

ELABORADO POR: Jorge Crow

iii. Derechos, Deberes y Obligaciones Legales de la Empresa.

Un paradero turístico gastronómico es un establecimiento que presta servicio de alimentación, en este caso comida típica de la zona, teniendo los siguientes derechos, deberes y obligaciones legales.

TABLA N.- 53

Derechos, Deberes y Obligaciones Legales de la Empresa

DERECHOS	DEBERES	OBLIGACIONES
Ejercer libremente la actividad.	Afiliación a la Cámara de Turismo.	Pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
Esta incluidos en el Catastro Turístico (catálogos, directorios, guías y sistemas informáticos).	Afiliación al IESS.	Pago de Impuesto a la Renta (IR).
Ser partícipes de promociones.	Llevar contabilidad del paradero.	Renovación anual de permisos Sanitarios.
Derecho a la protección contra la competencia desleal.	Proporcionar la información requerida por la administración tributaria.	Permiso del cuerpo de Bomberos.
Derecho a subversiones gubernamentales.	Poner en conocimiento del público los precios.	Permiso de la Dirección Provincial de Salud.
Beneficios del IESS.	ofrecer información veraz.	Patente Municipal.
	Comunicar las normas internas.	Pago de Beneficios Sociales.
	Facturar en ventas y en compras.	Certificados de Gestión Ambiental.
	Prestar los servicios pactados.	Renovación anual de funcionamiento del Ministerio de Turismo.
	Mantener las instalaciones en correcto funcionamiento.	Renovación anual del uso del Suelo.
	Comunicar las modificaciones y reformas a la entidad correspondiente.	
	Cumplir con las normas de Medio Ambiente.	

FUENTE: Gobernación, Ministerio de Turismo, Superintendencia de compañías, SRI.

ELABORADO POR: Jorge Crow

iv. Gastos de Constitución.

Son gastos obligatorios, del tipo jurídico, como escrituras notariales, registros mercantiles o impuestos, para crear una empresa desde cero.

TABLA N.- 54

Gastos de Constitución de la Empresa

CONCEPTO	COSTO
Para Constituir y Edificar	\$ 558,00
Honorarios Profesionales	\$ 250,00
Imprevistos 5%	\$ 40,40
TOTAL	\$ 848,40

FUENTE: Gobernación, Ministerio de Turismo, Cuerpo de Bomberos, Ministerio de Salud Pública Superintendencia de compañías, SRI, IESS, Dirección del Medio Ambiente del Municipio.

ELABORADO POR: Jorge Crow

c. ESTRATEGIAS DE MARKETING

i.Producto

Está destinado este proyecto a la venta de un bien/servicio, como es la elaboración de platos típicos de la Provincia de Pastaza.

1. Atributos del Producto

Los atributos tangibles e intangibles que tiene la comida típica que se ofrece, manifiestan la personalidad y sus características, las cuales se tiene en cuenta al momento de su comercialización.

Atributos Físicos:

- Composición, cualidades organolépticas y en definitiva todas aquellas perceptibles por los sentidos.

Atributos Funcionales:

(Los atributos físicos también pueden ser funcionales)

- Color, sabor, olor
- Surtido
- Tamaño
- El diseño

Atributos Psicológicos:

- La calidad
- La Marca

2. Calidad de los Productos

Los platos típicos elaborados por el Paradero Turístico Gastronómico Crow, están cuidadosamente preparados, manteniendo la seguridad alimentaria al más alto nivel, que será del agrado de los clientes.

Para mantener la calidad:

- Los platos típicos se prepararán en un área de producción adecuadamente equipada, con zonas de trabajo reguladas térmicamente, y distribuidas apropiadamente para un mejor control y elaboración.
- Se elaborará cada plato, manteniendo las normas de seguridad alimentaria existente en el Codex Alimentarius; brindando de esta manera a los clientes productos saludablemente preparados.
- La mejor manera de custodiar la salud de nuestros clientes es con las condiciones organolépticas adecuadas, preparando los platos típicos con materia prima cuidadosamente seleccionada y mantenida en sus respectivas bodegas, cumpliendo así con la Legislación vigente de Salud.

➤ Debido a la humedad del clima, se realizará controles diarios de superficies, bodegas, estanterías, utensilios en general, de la materia prima y su manejo, también control de los niveles de cloro de en el agua, se realizará limpieza periódica de las instalaciones en general, desratización, desinfección, desinsectación, para evitar enfermedades transmitidas por alimentos, manipulación o por el medio.

3. Características del Producto

En la Parroquia de la Shell, no existe un establecimiento donde se ofrezca la mayor cantidad de platos típicos en un solo lugar, a más de que posee las siguientes características.

- Los menús se encuentran creados de acuerdo a la encuesta en la cual se estableció los platos de mayor aceptabilidad para los turistas.
- Los menús se dividirán por temporadas, para que los clientes disfruten de diversidad y así cuidar también del ecosistema.
- Por ser platos típicos de la zona, sus productos en su mayoría son naturales y no contienen aditivos, preservantes no naturales, saborizantes y colorantes artificiales, que a mas de afectar a la salud, cambian el sabor nativo del plato.

4. Diseño del Producto

Se puede aumentar la singularidad del producto mediante el proceso de diseño. Para captar mayor atención y provocar mayores ventas. Un buen diseño favorece a la utilidad de un producto tanto como a su aspecto, por esto se considera muy importante, la apariencia, su textura, sus colores. Con esto se puede captar la atención de los turistas, mejorar el producto, disminuir los costos de producción, y obteniendo gran ventaja dentro del mercado. El diseño estará presente también en la atención al cliente.

- El menú está diseñado para ofrecer a los clientes comida típica de la zona, en un solo lugar, con una distribución uniforme, preservando el ecosistema.
- Cada plato está distribuido de manera uniforme de acuerdo a sus ingredientes para una mejor presentación, teniendo presente siempre que el gusto entra primero por los ojos.
- Por ser comida típica, el plato en sí, tiene su contenido nutricional.
- El gusto de comer bien y saludablemente, articulado al hecho de comida típica, presenta una nueva alternativa donde el cliente se encuentra con un restaurante de comida típica que mantiene lo autóctono del lugar con la elegancia y el confort.
- El recurso humano que será la cara del paradero, es otra parte importante del diseño del producto, en vista de que estará capacitado para atender de una manera oportuna a los clientes, haciéndolos sentir en su casa.

5. Calidad

La calidad del producto y servicio estará controlada diariamente para que la percepción que nuestros clientes hacia los mismos sea la mejor, satisfaciendo todas sus necesidades.

6. Atributos y Beneficios

Es fundamental conocer los atributos de los productos, especialmente aquéllos que los diferencian:

- El nombre de los platos es llamativo
- Son jugosos
- En algunos de los casos son cremosos
- Dejan una sensación bucal indescriptible
- Sus aromas son excepcionales
- Ricos en proteínas
- Son saludables
- De múltiples tamaños
- En la mayoría de los casos es agradable a la vista

Los beneficios viven en la percepción del cliente. Un beneficio es el uso positivo que un cliente hace de una característica del producto o servicio, y que le ayuda a cubrir una necesidad o deseo específico.

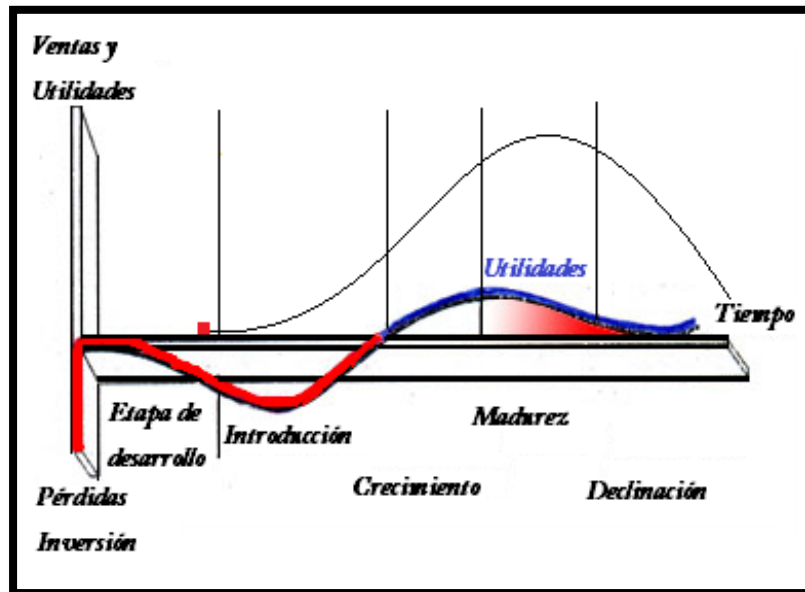
- Son platos preparados en algunos casos, solo en festividades como el Huamag Yuyo de Bagre que se lo prepara en las festividades de Arajuno, Provincia de Pastaza.
- Son alimentos originarios de la provincia
- Algunos productos son ricos en grasas no saturadas
- Posee gran cantidad de nutrientes
- Preparaciones tradicionales
- Son platos que demuestran la cultura de la zona

7. Ciclo de Vida del Producto

Luego del lanzamiento al mercado, se persigue que el producto disfrute de una vida larga y feliz. No se espera que el producto se venda por siempre, por esta razón se quiere obtener una cantidad de utilidades razonables para cubrir el esfuerzo y los riesgos que fueron invertidos en su lanzamiento. Se está consciente de que cada producto tendrá un ciclo de vida, aunque no se conozca por adelantado su forma y duración.

TABLA N.- 55

Ciclo de Vida de la Empresa.



FUENTE: Jorge Crow
ELABORADO POR: Jorge Crow

El ciclo de vida nos muestra el curso que siguen las ventas y las utilidades del producto, durante el tiempo que dura su vida.

- **El desarrollo del producto**, es precisamente esta etapa, donde se desarrolla la idea para el producto. Durante el desarrollo del producto, no hay ventas y los costos que se invierte, se empiezan a acumular.
- **La introducción**, las ventas en este periodo registran un crecimiento pausado, mientras el producto se introduce en el mercado. En esta etapa no se percibe utilidades, debido a los elevados gastos de la introducción del producto.
- **El crecimiento**, durante este periodo se registra una aceptación rápida en el mercado y un aumento de utilidades.

- **La madurez**, en este periodo el crecimiento de las ventas tiene gran aliento, porque el producto ha sido aceptado por una gran parte de potenciales compradores. Las utilidades se equilibran o disminuyen, debido a que se agrega una gran parte de estas para defender el producto contra la competencia.
- **La declinación**, es un periodo durante el cual disminuyen las ventas y bajan las utilidades.

ii.Precio

Es importante estar alerta constantemente sobre los precios en sus etapas, desde la compra de los productos, la producción, la postventa y la venta, para lograr un adecuado retorno del capital invertido.

La prioridad más alta para los consumidores se encuentra en la calidad y el buen servicio que se le brinde, para poder determinar si el precio que están pagando vale la pena, tratando de que su economía no afecte su buen gusto.

Para poder determinar el precio de los platos típicos, se analizó los factores que determinan el precio de venta como la diferencia que se posee frente a la competencia, dejando claro que el paradero turístico en la zona es único en su género, puesto que no existen paraderos turísticos registrados y no registrados en el Ministerio de Turismo que ofrezcan este tipo de servicio.

El precio asignado a la comida típica de la zona en el paradero, se encuentra relacionado a los precios de los locales que ofrecen dichos platos, en vista de que no existe competencia directa, para su relación.

Los factores que se midieron para la fijación del precio son:

- El mercado al que está dirigido es libre.
- El tipo de clientes a quienes está dirigido el paradero es de clase media, media alta y alta, en relación a la demanda insatisfecha.
- Al determinar el precio se tiene como meta que los clientes estén satisfechos, tanto por los productos, los servicios y el precio de los platos.

Costos:

Al hablar de costos fijamos el precio del plato para asegurar los márgenes de utilidad.

- Los precios se calcularon en base a costos fijos y variables sustentados en la receta estándar y calculada según los elementos del costo de la competencia.

Ver Anexos I.

- Se calculó cantidades precisas de materia prima a utilizarse en cada plato típico, evitando así gastos innecesarios y estimar con claridad la utilidad.
- En la mayoría de productos se realizará compras al por mayor para bajar los costos de producción.

- En los productos que por tratarse de alimentos que son de temporada como los chontacuros, se establecerá tiempos los cuales serán informados a nuestros clientes para de esta manera ayudar al ecosistema e incrementar las ventas en esa temporada.

La competencia:

Es preciso conocer la competencia directa e indirecta que se tiene. En el Paradero Turístico Gastronómico Crow, luego del estudio de mercado realizado en el Ministerio de Turismo del Cantón Mera y de la ciudad del Puyo, se encontró que no existe, no obstante se tiene una competencia indirecta, por lo que existen locales donde se ofrece solo un número pequeño de platos típicos y en su mayoría no están registrados en el Ministerio de Turismo.

Los turistas tanto nacionales como extranjeros de acuerdo a las encuestas visitan la provincia de Pastaza por el turismo gastronómico y en su mayoría los fines de semana, que es donde se encontró mayor afluencia.

Forma de pago:

Para prestar un mejor servicio y facilitar su plan de pago, se cobrará en efectivo, cheque y todas las tarjetas de crédito.

iii.Distribución

La forma en que los productos son distribuidos hacia el lugar o punto de venta en donde estarán a disposición, para ser ofrecidos o vendidos a los consumidores.

Para distribuir nuestros productos utilizaremos el canal indirecto corto y el directo. Indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. Corto, porque sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre fabricante o productor y usuario final. Directo porque hay productos que son distribuidos directamente del productor.

iv.Plan de Comunicación

Luego de haber establecido la demografía, realizar el estudio de mercado, de los turistas que acuden al sector, como lo es el sexo, la edad, el lugar de residencia, sus preferencias y establecer el impacto ambiental que trae consigo la ejecución del proyecto, se tiene una visión más clara de los turistas que visitan el dique y que serán nuestros potenciales clientes, por lo que podemos definir un plan de comunicación el cual está diseñado para hacernos conocer, conquistando sus expectativas y creando constancia en sus visitas.

Para un éxito en el plan de comunicación utilizamos los métodos más eficientes y que no incurrirán en gastos excesivos como:

Publicidad

Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo, en este caso de los platos típicos ofertados en el paradero, a través de los medios de comunicación.

Como objetivo primordial es el de informar al consumidor sobre los beneficios ofertados en el paradero, resaltando en este caso que no existe otro paradero que le ofrezca comida típica en un solo lugar.

Como segundo objetivo, por medio de la publicidad se busca inclinar la balanza motivacional del cliente hacia nuestro producto, de manera que la probabilidad de que el servicio anunciado sea adquirido por el futuro cliente, se haga más alta gracias al anuncio.

Se dará a conocer al Paradero Turístico Gastronómico Crow y sus productos y servicios a ofertar por medio de las siguientes estrategias:

- La utilización de medios impresos como lo son los volantes, se utilizará para invitar a degustar los platos típicos de la provincia de Pastaza. Formato A4. Ver Anexos II.
- Se distribuirá afiches, en las distintas agencias del Ministerio de Turismo, en formato A3. Ver Anexos II.

- Se promocionará al paradero en la revista Emprendedores, en ocho ejemplares distribuidos durante las épocas de mayor demanda turística.
- Se promocionará en la página web de la revista Emprendedores.
- Se realizará menciones en la radio del sistema RTU de las principales ciudades del país.
- Se ubicará afiches y volantes en el interior de la revista Emprendedores.
- Se publicará en uno de los principales diarios del país.
- Creación de una página web del paradero y redes sociales. Ver Anexos II

Logotipo

GRÁFICO N.- 18



ELABORADO POR: Jorge Crow

Al hablar del Paradero Turístico Gastronómico Crow, se está dando referencia al turismo gastronómico de la provincia de Pastaza, es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía de la zona visitada es parte de la actividad preponderante durante su visita.

El colibrí lleva en su simbolismo un poderoso significado espiritual, representa la resurrección, en este caso la resurrección de los platos típicos, es por esto que se le agregó una toca para representar de esta manera la resurrección de los platos típicos de una manera profesional. En muchas culturas ancestrales, significa la muerte en las noches frías o el frío invierno y su regreso o resurrección a la vida, al amanecer o a la Entrada de la Primavera. El colibrí también simboliza el Amor, la belleza, la armonía, el equilibrio y la fragilidad pero también la fortaleza y sabiduría de la naturaleza y por ende del Universo.

La esfera verde representa el mundo, donde todo es natural y se pretende dejar el mensaje de que los platos típicos son preparados de una manera natural, sin dejar de lado el profesionalismo en su preparación.

En el logotipo si se escoge el color correctamente, este se convierte en estimulante para aumentar el consumo, teniendo en cuenta que el color y la luz son recursos que mueven la emoción.

El Blanco:

- Se le considera el color de la perfección, por esta razón se colocó de fondo.
- Significa seguridad, la misma que se pretende transmitir a nuestros clientes.
- Representa pureza y limpieza, las mismas que se emplea en el paradero, al manejar los productos, al manipular la materia prima, al mantener en total pulcritud el paradero a la espera de los clientes.

El verde:

- Es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.
- Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad, la cual se pretende transmitir a nuestros clientes.
- Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista. Por esta razón, no es un color molesto y fácil de percibir.
- El verde sugiere estabilidad y resistencia.
- En heráldica el verde representa el crecimiento y la esperanza.
- Por su asociación a la naturaleza es ideal para, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos, y como se está ofreciendo productos ecológicos típicos de la zona, se consideró idóneo para el logotipo.

El Negro:

- Representa elegancia y formalidad.
- Es el color más enigmático y se asocia a lo desconocido, que es lo que llama la atención por ser platos típicos que muchos turistas no ha probado.
- El negro representa también autoridad, fortaleza. También se asocia al prestigio y la seriedad, que son cualidades que se procura destacar.
- A diferencia del blanco el negro no es recomendable utilizarlo como fondo ya que disminuye la legibilidad.

Lavanda:

- Significa equilibrio, y ayuda a la curación espiritual.

Plata:

- Significa paz y tenacidad y su uso aporta a quitar dolencias gracias al descanso y por ende sus enfermedades producidas por el estrés del día a día.

Gris:

- Significa estabilidad e inspira la creatividad.

Eslogan:

- Se analizó las características de los productos.
- Se realizó una investigación de los frenos y motivaciones, destacando la mayor incidencia en el público objetivo.
- De acuerdo al análisis de las características se pretende representar un solo concepto, una sola idea, la que será la más notoria del producto.
- Es impresionante, tentador y sugestivo desde un punto de vista formal.
- Deja libre alcance de su imaginación.

“¡Solo probando, descubrirá lo rico que es...!”

Se pretende llegar al público, haciendo hincapié en su sabor más que en su apariencia, en vista de que existen platos que por su producto principal no son muy atraídos a su consumo.

Promoción de Ventas

Los incentivos a corto plazo para realizar la promoción de ventas que se utilizará son:

- Se entregará vales certificados, que se podrá utilizar para pagar parte del precio del producto en su próxima visita a clientes con consumos grandes.
- Se entregará obsequios con el logo del paradero, por la fidelidad de los clientes.

- Se realizará descuentos válidos por tiempo limitado.
- Se publicará en internet, promociones y descuentos especiales, por su visita entre semana.

Ventas personales

Por medio de una venta personal eficiente, en la cual nos adelantaremos a las expectativas del cliente se logrará un proceso de compra efectivo.

- El personal administrativo, será encargado de tomar en cuenta los requerimientos de los clientes en el transcurso de su visita.
- El mesero quien es la primera línea de acción, será el encargado de brindar al cliente una atención personalizada, proporcionándole confianza, desde su entrada al paradero hasta su salida.

Relaciones Públicas

Se tiene como principal objetivo fortalecer los vínculos con los clientes, proveedores, empleados; escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos al consumo y así lograr, fidelidad, cooperación y entusiasmo de los mismos en el presente y futuro, cuidando de esta manera la imagen del paradero en todos sus campos de acción.

Se gestionará de la siguiente manera:

- El día de la inauguración se invitará a las autoridades de la Provincia de Pastaza, del Cantón Mera, y de la Parroquia de la Shell, gerentes de las diferentes instituciones, representante del Ministerio de Turismo, ejército ecuatoriano, policía nacional, bomberos, periodistas de los diferentes medios, en donde se ofrecerá un brindis de apertura, bocaditos preparados con productos de la zona y la presentación oficial del Paradero Turístico Gastronómico Crow.
- Se manejará reuniones semestrales con los proveedores, para mejorar las relaciones y fomentar la cooperación.
- Se manejará reuniones mensuales con el personal, para premiar al empleado que más se haya destacado en sus funciones e incentivarlos con un bono y dejando registrado para vista de los clientes.
- Es necesaria una comunicación permanente con los empleados, para un mejor y acertado trabajo en equipo, en todas las áreas del paradero.

TABLA N.- 56**Gastos Publicidad**

PUBLICIDAD	DETALLE	CANTIDAD / EJEMPLARES	COSTO UNITARIO	TOTAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Impresión Hojas Volantes	Formato A4	5000	\$ 0,07	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Impresión Afiches	Formato A3	2000	\$ 0,25	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Revista Emprendedores	Publi reportaje (Una página)	8	\$ 37,50	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Diario el Universo	Sección Vida y Estilo (Página Completa) Día Domingo	1	\$ 13,86	\$ 13,86	\$ 13,86	\$ 13,86
	Sección Vida y Estilo. Día domingo (Sexta página horizontal)	4	\$ 3,02	\$ 12,10	\$ 12,10	\$ 145,20
	Sección Vida y Estilo. Día ordinario (Sexta página horizontal)	8	\$ 2,16	\$ 17,28	\$ 17,28	\$ 207,36
Página Web	Hospedaje Web	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
TOTAL					\$ 1.195,74	\$ 1.546,42

FUENTE: Revista Emprendedores, Diario el Universo, Agencia de Publicidad Imagen

ELABORADO POR: Jorge Crow

v.Estrategias de Mercado

La estrategia a utilizar es la orientada a varios segmentos, en donde se identifica como mercados meta, en este caso a 3 diferentes prospectos, como son los clientes de clase media, media alta y alta, planificando estrategias, creando una versión especial de platos para cada segmento.

Se creará promociones especiales para cada segmento. Regularmente estrategias de varios fragmentos que favorece un mayor volumen de ventas.

Se dice que una desventaja es que al realizar el marketing en varios segmentos es caro tanto en la producción como en la distribución y la comercialización, pero solo si se planea utilizar esta estrategia una sola vez, al contrario de la utilización en varias oportunidades, se reducen los costos al promocionar a gran escala y en varias oportunidades, puesto que si se imprime por miles las promociones, los costos se reducen.

vi.Competencia

El turismo y la gastronomía van conjuntamente de la mano formando parte del denominado turismo gastronómico.

Es claro que si no hubiera competencia no se necesitaría dirigentes. Si no hubiera competencia la empresa tendría planes, pero no estrategias. Toda estrategia guarda relación con la competencia. Por eso el fin de la estrategia es

el de ampliar el poder de la empresa ante sus competidores, pero para esto es necesario conocer la oferta de la competencia.

1. Identificación de las empresas competidoras

En la zona del cantón Mera, en el 2009-2010, existían un total de 9 empresas de turismo que se dedican al sector gastronómico activo, registradas como tales, según el MINTUR.

TABLA N.- 57

Competidores del Cantón Mera y la Parroquia de la Shell

UBICACIÓN	TIPO DE ACTIVIDAD	COMPETIDORES	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
Shell	Restaurante	NUEVA CHIFA CHINA N.- 2	AV. PADRE LUIS JACOME- FRENTE ESPE	TERCERA
	Restaurante	EL PORTON	AV. LUIS JACOME	TERCERA
	Restaurante	RANDIMPA	10 DE NOVIEMBRE Y DOLORES TANQUINO	TERCERA
	Restaurante	RINCON COSTEÑO	AV. PADRE LUIS JACOME-FRENTE CINE MILITAR	CUARTA
	Restaurante	MIRADOR PUERTA AL AMAZONAS	A 1 KM. DEL CONTROL INTEGRADO DE MERA	CUARTA
	Hostería	GIOBAMBUA	KM 1 VIA SHELL-MERA (SECTOR LA MONTANA)	SEGUNDA
	Cabaña	LOS COPALES	KM.51 VIA BAÑOS-PUYO	SEGUNDA
	Cabaña	GERMANY	AV.DE LA UNIDAD	SEGUNDA
Mera	Restaurante	Del Rio	VANN SHOTE Y LUIS A. MARTINEZ	TERCERA

FUENTE: Ministerio de Turismo (MINTUR) del Cantón Mera

ELABORADO POR: Jorge Crow

Se puede ver claramente que no existe competencia directa, en vista de la falta de restaurantes y paraderos en la zona y especialmente de lugares que oferten comida típica.

De la competencia indirecta que se tiene se observa las siguientes características:

- Los locales que ofertan comida típica, en su mayoría no están registrados en el ministerio de turismo.
- Se encuentran lejos de la ubicación del Paradero Turístico Crow.
- No existe un control de calidad.
- No existe control sanitario.
- Los establecimientos que se encuentran registrados, ofertan uno o dos platos típicos de la zona y otro tipo de comida, como son, almuerzos, platos a la carta, comida china o comida costeña.
- Su único medio para promocionar su producto es con publicidad estática como pancartas, vallas publicitarias y en el mejor de los casos ofertan sus productos en una radio local.
- Existen pocos establecimientos que brindan opciones para su forma de pago.
- Su gran mayoría no posee equipo necesario para su mantenimiento y preparación de los platos, como cuartos fríos, cocinas adecuadas, bodegas entre otros.
- No posee personal correctamente uniformado.

2. Otras empresas competidoras

Existen otras empresas de turismo gastronómico que trabajan a nivel de toda la provincia de Pastaza que se encuentran registradas en el Ministerio de Turismo (MINTUR), las cuales detallamos en la siguiente tabla.

TABLA N.- 58

Otras empresas competidoras

UBICACIÓN	TIPO DE ACTIVIDAD	COMPETIDORES	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
Puyo	Fuente de Soda	CHANGRILLA	CESLAO MARIN (FRENTE A LA ENTRADA COLEGIO VICENTINO)	TERCERA
	Fuente de Soda	MIS PAPITAS BAR.B-Q	LOJA Y TUNGURAHUA	TERCERA
	Fuente de Soda	EL MIRADOR	CALLE LOJA Y TUNGURAHUA	TERCERA
	Fuente de Soda	PAPAS LOCAS	ATAHUALPA Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA
	Fuente de Soda	PUYO	PASTAZA Y COTOPAXI-BOA Y ACUPUYU	TERCERA
	Fuente de Soda	VICTORINO'S	COTOPAXI Y AZUAY	TERCERA
	Fuente de Soda	EL VOLQUETERO	BARRIO OBRERO-MALECON BOA Y ACU PUYO	TERCERA
	Restaurante	EL ALCAZAR	10 DE AGOSTO N.936 Y SUCRE	SEGUNDA
	Restaurante	BUON GIORNO	FRCO. DE ORELLANA Y 27 DE FEBRERO	SEGUNDA
	Restaurante	CASA BLANCA	20 DE JULIO Y BOLIVAR	SEGUNDA
	Restaurante	LA CARIHUELA	AV. ALBERTO ZAMBRANO. TERM. TERR.	SEGUNDA
	Restaurante	EUROPA	ATAHUALPA Y JACINTO DAVILA	SEGUNDA
	Restaurante	MI MARISQUERIA	FRCO. DE ORELLANA Y AMAZONAS	SEGUNDA
	Restaurante	LAS PALMAS	AVDA. ALBERTO ZAMBRANO-LAS PALMAS	SEGUNDA
	Restaurante	ANGELITA	ATAHUALPA Y GENERAL VILLAMIL	TERCERA
	Restaurante	EL BUEN SABOR DE CASA	AVDA. ALBERTO ZAMBRANO Y NAPO	TERCERA
	Restaurante	EL CAMPERO	CESLAO MARIN Y 20 DE JULIO	CUARTA
	Restaurante	CHIFA ORIENTAL N.-1	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y CURARAY	TERCERA
	Restaurante	FLAMENCO ECUATORIANO N.1	27 DE FEBRERO	TERCERA
	Restaurante	GUAYACANES	VIA A SANTA ANA	TERCERA
	Restaurante	LA HACIENDA	SECTOR SANTA ROSA VIA PUYO-SHELL	TERCERA
	Restaurante	LA MORAVIA	SECTOR LA MORAVIA	TERCERA
	Restaurante	HONG KONG	FRCO. DE ORELLANA Y GRAL.VILLAMIL	TERCERA
	Restaurante	MAR, TIERRA Y SABOR	FRANCISCO DE ORELLANA Y AMAZONAS	SEGUNDA
	Restaurante	LAGARTO JUANCHO	FRANCISCO DE ORELLANA Y SANGAY	TERCERA
	Restaurante	O'SOLEE MIO	PICHINCHA Y GUARANDA	TERCERA
	Restaurante	PICO LINO	AV. ALBERTO ZAMBRANO-VIA TARQUI	TERCERA
	Restaurante	RINCON AMBATEÑO	COTOPAXI Y TUNGURAHUA	TERCERA
	Restaurante	EL SABOR DE LA COSTA	AV. ALBERTO ZAMBRANO(diagonal al parque acuatico)	TERCERA
	Restaurante	SAL Y PIMIENTA	ATAHUALPA Y 27 FEBRERO	TERCERA
	Restaurante	SAN FRANCISCO	ATAHUALPA C.C.FABIAN VARGAS	TERCERA
	Restaurante	AMARILLO DE CORAZON	20 DE JULIO Y COTOPAXI	CUARTA
	Restaurante	ARAW MIKUNA KACHI	FRCO. DE ORELLANA Y GENERAL VILLAMIL	CUARTA
	Restaurante	ASTORIA	COTOPAXI Y AZUAY	CUARTA
	Restaurante	ASADERO EL ABUELO	KM. 5 1/2 VIA PUYO SHELL	CUARTA
	Restaurante	LOS CARLOS	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y CUMANDA	CUARTA
	Restaurante	EL CRIOLLO	10 DE AGOSTO Y ATAHUALPA	CUARTA
	Restaurante	CHA,CHA,CHA.	CESLAO MARIN N.-249	CUARTA
	Restaurante	EL SABOR ESMERALDEÑO	CESLAO MARIN Y 27 DE FEBRERO	CUARTA
	Restaurante	CONSUELITO	AVDA. ALBERTO ZAMBRANO Y GONZALES SUARES - TERMINAL INTERPROV.	CUARTA
	Restaurante	EL FOGON	ATAHUALPA Y 27 DE FEBRERO	CUARTA
	Restaurante	LIRIO AMAZONICO	DIQUE DE LA PARROQUIA VERACRUZ	CUARTA
	Restaurante	EL MANDARINAL	KM 17 VIA PUYO MACAS-SECTOR LA ESPERANZA	CUARTA
	Restaurante	MARISCAL	CESLAO MARIN Y VICENTE ROCA FUERTE	CUARTA
	Restaurante	MONY MARK	CESLAO MARIN Y JUAN DE VELASCO	CUARTA
	Restaurante	NAPURAK	GENERAL VILLAMIL Y 24 DE MAYO	CUARTA
	Restaurante	PACO	FRACO. DE ORELLANA Y 10 DE AGOSTO	CUARTA
	Restaurante	PARRILLADAS PUNTA DEL ESTE	AVDA. A. ZAMBRANO Y TARQUI	CUARTA
	Restaurante	NAYELITA	ATAHUALPA Y 9 DE OCTUBRE	CUARTA
	Restaurante	RINCON MANABITA	AVDA. ALBERTO ZAMBRANO	CUARTA
	Restaurante	SELECTO	CESLAO MARIN Y 9 DE OCTUBRE	CUARTA
	Restaurante	EL SOTANO	AV. ALBERTO ZAMBRANO	CUARTA
	Restaurante	VINO TINTO	ATAHUALPA Y 27 DE FEBRERO	CUARTA
	Restaurante	KIWA PISHKU MIKUNA	FRCO. DE ORELLANA Y JACINTO DAVILA	CUARTA
	Restaurante	LA TERRAZA DEL SABOR	27 DE FEBRERO Y 24 DE MAYO	CUARTA
	Restaurante	EL GUA Y TAMBO	ALBERTO ZAMBRANO Y GONZALEZ SUAREZ	CUARTA
	Restaurante	YOLANDITA	AV. ALBERTO ZAMBRANO - FRENTE AL TERMINAL	CUARTA
	Restaurante	LA CHOZA	VIA A HUAGRAY ACU BARRIO SAN VICENTE	CUARTA
	Restaurante	PIZZERIA HUT CHEESE	BOLIVAR Y 20 DE JULIO	CUARTA
	Restaurante	EVEREST	ESMERALDAS Y AZUAY	CUARTA
	Restaurante	CHIFA DRAGON ROJO	AVDA. ALBERTO ZAMBRANO (TERMINAL BAJO HOSTAL R CUMANDA	TERCERA
	Restaurante	CHIFA ORIENTE	AVDA.CESLAO MARIN Y MANABI	CUARTA
	Restaurante	CEVICHERIA DELTIO	9 DE OCTUBRE Y 24 DE MAYO	TERCERA
	Restaurante	LA POLLERIA DEL TIO	9 DE OCTUBRE Y 24 DE MAYO	TERCERA
	Restaurante	LA CASA DEL PESCADO FRITO	GONZALES SUARES Y CESLAO MARIN	TERCERA
	Restaurante	HUT CHEESE PIZZERIA 2	AV CESLAO MARIN Y EUGENIO ESPEJO	CUARTA
Cantón Santa Clara	Restaurante	EL COSTEÑITO	JESUS LONDOÑO Y PIATUA	CUARTA
	Restaurante	LAS TABLITAS	KM.46 VIA A TENA	CUARTA
	Restaurante	SAN VICENTE	KM. 27 VIA A TENA	CUARTA
	Restaurante	EL SABOR AMAZONICO	KM. 42 VIA PUYO TENA	CUARTA

FUENTE: Ministerio de Turismo (MINTUR) del Cantón Mera

ELABORADO POR: Jorge Crow

Gracias a esta tabla podemos notar que a pesar de que existen lugares donde ofrecen comida típica, en su mayoría no se dedican exclusivamente a este tipo de servicio.

3. Diferencias respecto a los productos y/o servicios de la competencia

En el caso de las empresas que se dedican a los paraderos turísticos, las diferencias se refieren básicamente a los contenidos o actividades y al posicionamiento de la empresa. Las empresas existentes en la zona ofertan únicamente almuerzos, parrilladas, comida china y no contemplan la opción de vender comida típica. Además, están orientadas fundamentalmente a grupos pasajeros como pueden ser los escolares, grupos pequeños de turistas, con lo cual no suponen una competencia real para nuestra empresa.

Por lo que respecta a las otras empresas competidoras, en su mayoría expenden platos específicos, como es el caso de la Fuente de Soda “El Volquetero” que en su menú, su plato más solicitado es el famoso Ceviche Volquetero hablando de platos típicos. En otros casos expenden platos a la carta, pero no precisamente son platos típicos y en otros la comida es de otras regiones como la comida costeña, ambateña, de la sierra e incluso comida china.

Con esta información se puede resaltar que la competencia que se tiene por el momento no es directa, para el Paradero Turístico Crow.

4. Análisis FODA, considerando a la competencia.

FORTALEZAS:

- Se conoce el mercado
- Oferta de un producto no explotado en su totalidad.
- Es un producto ancestral.
- Su localización es estratégica.
- Los platos son preparados de manera higiénica.
- La calidad de los productos/servicios es excelente.
- Los precios son accesibles al mercado.
- Se tiene el equipo necesario.

OPORTUNIDADES:

- Atraer toda la clientela del Dique y de la Provincia.
- Por ser un mercado nuevo, es llamativo y se promociona solo.
- Mejorar la producción de manera idónea.
- Se tiene la opción de mejorar las tendencias y ofertar más platos típicos.

DEBILIDADES:

- Es un mercado variable.
- No se tiene mucho personal, para el área de servicio.
- Es vulnerable a atraer a la competencia.

- Aun no se tiene una imagen.
- A muchas personas les parece antiestético a la vista.

AMENAZAS:

- Al no tener competencia se puede relajar a tal punto de perder presencia en la mente de los competidores, por descuidar la atención al cliente y la calidad de los productos.
- No prestar atención a la competencia y perder ventaja en el mercado.

Misión:

Alcanzar el primer lugar en el mercado como el mejor paradero de comida típica de la zona, con un excelente servicio y calidad dentro de nuestros productos, para lograr la consolidación en la preferencia de nuestros clientes.

Visión:

Constituirnos como el más exitoso paradero turístico gastronómico del país, con personal altamente capacitado a favor del cliente. Lograr una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada para la satisfacción plena de nuestros clientes.

d. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

i.Determinación del Talento Humano

Es importante determinar desde el inicio de las actividades el número de empleados que se precisa, luego analizar si es necesario contratar nuevo personal o bien para amortizar algunos puestos de trabajo si la actividad disminuye.

Es claro que un exceso de mano de obra significa un aumento en los costos, pero una falta de mano de obra puede implicar el incumplimiento de la producción planificada.

Es imprescindible definir las tareas y el número de horas que se invierte en todas las actividades planteadas; posteriormente es preciso conocer el perfil de la persona a buscar.

Una sola persona tiene que efectuar un cierto número de determinadas tareas, y por esto es necesario que su desempeño sea objeto de una detallada descripción por escrito, asegurando de esta manera que el puesto de trabajo este bien definido en cuanto a su verdadera relevancia y desarrollo, destacando en la descripción las tareas reales.

Para la ejecución de este proyecto se requiere del siguiente personal:

- Gerente Administrativo

- Chef Ejecutivo
- Secretaria Recepcionista
- Ayudante de Cocina
- Steward
- Mesero

ii.Descripción de los Puestos de Trabajo

Definido el personal es preciso describir de la forma individualizada los puestos antes fijados, identificando, analizando y describiendo las tareas de cada puesto.

A continuación se describe cada una de los cargos utilizando fichas:

TABLA N.- 59

Descripción del Puesto de Gerente Administrativo

PUESTO	Gerente Administrativo	CÓDIGO 001	CATEGORIA	Gerencia
SALARIO BRUTO	ANUAL \$ 3905,40		Nº DE PAGAS	12
	MENSUAL \$ 325,45			
DEPARTAMENTO DEL QUE DEPENDE			Ninguno	
LOCALIZACION DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
Depende únicamente de los accionistas				
Jerárquicamente es superior a los demás empleados				
FUNCIONES			Representar legalmente al Paradero.	
			Planificar, organizar, dirigir, y controlar el desarrollo de las actividades.	
			Elaborar el presupuesto diario	
			Analizar mensualmente la situación contable y financiera de la empresa.	
			Contratar al personal.	
			Establecer turnos, horarios, días de descanso y vacaciones.	
			Coordinar la reposición anual de los enseres, vajillas, cristalería, etcétera.	
			Control de resultados, Análisis de ventas	
			Elaborar el inventario de materia prima.	
TAREAS			Realizar planificación diaria de las actividades.	
			Controlar y dirigir la producción.	
			Verificar que los equipos estén funcionando	
RESPONSABILIDADES			Dirigir y participar en el servicio.	
			Toma de decisiones concernientes al futuro de la empresa.	
			Analizar junto con el auxiliar de cocina las	
			Encargarse del control de calidad tanto en la	
ATRIBUCIONES			Realizar la inducción al personal contratado.	
			Delegar funciones del personal a su cargo.	
			Asignación de tareas así como asignación de horas	
RELACIONES INTERNAS			Todo lo relacionado con el personal.	
			Capacitación del personal	
			Informar a los empleados sobre el resultado de las actividades desarrolladas durante la semana.	
RELACIONES EXTERNAS			Pedido de materia prima a los proveedores semanalmente.	
			Reunión con los demás accionistas para analizar resultados.	
			Analizar los platos con el Chef Ejecutivo.	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 60

Descripción del Puesto de Chef Ejecutivo

PUESTO	Chef Ejecutivo	CÓDIGO 002	CATEGORIA	Gerencia Operativa Departamento de Alimentos y Bebidas	
SALARIO BRUTO	ANUAL \$ 3516,24		Nº DE PAGAS	12	
	MENSUAL \$ 293,02				
DEPARTAMENTO DEL QUE DEPENDE			Gerencia		
LOCALIZACION DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA					
Depende jerárquicamente del Gerente Administrativo					
FUNCIONES			Elaboración y control diarios de las recetas estándar.		
			Realizar la requisición diaria de materia prima de la bodega junto con la Gerencia.		
			Dirigir al ayudante de cocina.		
TAREAS			Realizar el Mise en Place el día anterior.		
			Preparación de los platos típicos diarios.		
			Supervisar la calidad y porcionamiento de los platos y cocteles que se sirven al cliente.		
			Supervisar el mantenimiento y uniformes del personal de cocina.		
			Revisar que toda el área de producción se encuentre limpia y apta para el trabajo diario.		
RESPONSABILIDADES			Participar en el servicio.		
			Asegurarse que se encuentre toda la materia prima para la producción.		
			Mantener los estándares de calidad y políticas establecidas.		
			Informar a la Gerencia sobre algún desperfecto de los equipos del paradero.		
ATRIBUCIONES			Realizar la limpieza profunda una vez por semana del área de producción.		
			Controlar a la secretaria recepcionista, al ayudante de cocina, mesero y steward e informar al Gerente sobre su desempeño.		
RELACIONES INTERNAS			Enviar informes semanales sobre el desempeño de la secretaria recepcionista, el ayudante de cocina, el mesero y el steward.		
RELACIONES EXTERNAS			Control de calidad de los productos y servicios.		

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 61

Descripción del Puesto de Secretaria Recepcionista

PUESTO	Secretaria Recepcionista	CÓDIGO 003	CATEGORIA	Operativo
SALARIO BRUTO	ANUAL \$ 3510,96		Nº DE PAGAS	12
	MENSUAL \$ 292,58			
DEPARTAMENTO DEL QUE DEPENDE			Departamento de Alimentos y Bebidas	
LOCALIZACION DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
Depende jerárquicamente del Chef Ejecutivo				
FUNCIONES			Recibir a los clientes y arreglar entrevistas con habilidad.	
			Atención de la caja del paradero.	
			Ser cómplice de todas las transacciones particulares tanto del gerente general como del chef del paradero	
TAREAS			Manejo parcial de personal.	
			Reserva del local para eventos, convenciones.	
			Participar en el servicio.	
RESPONSABILIDADES			Causar buena impresión del paradero a favor de las relaciones publicas	
			Realizar una vez por semana la limpieza profunda su área de trabajo.	
			Mantener estándares de calidad y las políticas establecidas.	
			Controlar el desempeño del mesero.	
ATRIBUCIONES			Informe semanal sobre el desempeño del mesero.	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 62

Descripción del Puesto de Ayudante de Cocina.

PUESTO	Ayudante de Cocina	CÓDIGO 004	CATEGORIA	Operativo
SALARIO BRUTO	ANUAL \$ 3505,68		Nº DE PAGAS	12
	MENSUAL \$ 292,14			
DEPARTAMENTO DEL QUE DEPENDE			Departamento de Alimentos y Bebidas	
LOCALIZACION DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
Depende jerárquicamente del Chef Ejecutivo				
FUNCIONES			Proporcionar los elementos necesarios requeridos para la producción al chef.	
TAREAS			Ayuda en la preparación del mise en place para la preparación de los platos típicos diarios.	
			Asistir al chef en la producción.	
			Mantener el área de trabajo limpia.	
			Organización de los productos en sus diferentes puestos y áreas.	
			Realizar los requerimientos al Gerente Administrativo sobre Compras, según la Planificación de la producción.	
			Participar en el servicio.	
RESPONSABILIDADES			Revisar que todo lo que necesita el chef esté disponible.	
			Realizar una vez por semana la limpieza profunda del área de producción.	
			Mantener estándares de calidad y las políticas establecidas.	
ATRIBUCIONES			Manejo parcial de personal a su cargo.	
			Pedir al Steward los utensilios siempre limpios.	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 63

Descripción del Puesto de Steward

PUESTO	Steward	CÓDIGO 005	CATEGORIA	Operativo
SALARIO BRUTO	ANUAL \$ 3505,68		Nº DE PAGAS	12
	MENSUAL \$ 292,14			
DEPARTAMENTO DEL QUE DEPENDE			Departamento de Alimentos y Bebidas	
LOCALIZACION DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
Depende jerárquicamente del Chef Ejecutivo				
FUNCIONES			Encargado del aseo y pulcritud del área de cocina.	
			Lavar los utensilios de cocina y equipos de cocina, durante y después de finalizada la tarea.	
TAREAS			Limpieza y adecuación antes y después del servicio.	
			Colocar la vajilla limpia en su lugar.	
			Durante el servicio recoger la vajilla y lavarla.	
RESPONSABILIDADES			Mantener estándares de calidad y las políticas establecidas.	
			Tener a tiempo toda la vajilla lista para el servicio.	
			Realizar una vez por semana la limpieza profunda de su área de trabajo y bodegas.	
RELACIONES INTERNAS			Coordinar con el chef las necesidades concernientes a suministros de limpieza, para informar a la Gerencia.	

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 64

Descripción del Puesto de Mesero

PUESTO	Mesero	CÓDIGO 006	CATEGORIA	Operativo
SALARIO BRUTO	ANUAL \$ 3509,28		Nº DE PAGAS	12
	MENSUAL \$ 292,44			
DEPARTAMENTO DEL QUE DEPENDE			Departamento de Alimentos y Bebidas	
LOCALIZACION DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
Depende jerárquicamente del Chef Ejecutivo				
FUNCIONES			Responsable del repaso de la vajilla, cristalería y cubertería, aseo del restaurante.	
			Correcto manejo de las comandas.	
			Recepción y toma de la orden de los clientes.	
			Atención personalizada al cliente.	
TAREAS			Limpieza y adecuación antes y después del servicio.	
			Colocar la vajilla limpia en su lugar.	
			Durante el servicio recoger la vajilla y entregarla al steward para lavar.	
			Realizar encuestas, recibir y transmitir comentarios acerca del Servicio entregado.	
RESPONSABILIDADES			Cumplir con los estándares de calidad y las políticas establecidas.	
			Atender y estar pendiente de las necesidades de cada cliente.	
			Realizar una vez por semana la limpieza profunda de su área de trabajo y bar.	
RELACIONES INTERNAS			Coordinar con el chef las necesidades concernientes a necesidades y requerimientos de su área, para informar a la Gerencia.	

ELABORADO POR: Jorge Crow

iii. Perfil de los Trabajadores

Cada trabajador debe tener el siguiente perfil:

TABLA N.- 65

Perfil del Gerente Administrativo

PUESTO	Gerente Administrativo		
FORMACIÓN PROFESIONAL	Título universitario en administración de empresas o administración hotelera.	SEXO	Masculino o Femenino.
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Experiencia de al menos 1 1/2 años en cargos similares.	EDAD	De 25 a 45 años
	Experiencia en manejo de personal.	DISPONIBILIDAD	Para trabajar en horarios rotativos, fines de semana y feriados
CONOCIMIENTOS	Conocimiento de administración financiera, tributaria y legislación laboral.	COMPETENCIAS	Adaptabilidad
	Conocimientos de Costos		Capacidad de Planeación y Organización
	Conocimientos comprobados en Excel intermedio-avanzado, utilitarios.		Liderazgo
	Conocimiento de Normas de Buenas Prácticas de Manufactura.		Trabajo en equipo
	Conocimientos comprobados de inglés intermedio-avanzado.		Ordenado
BENEFICIOS	Estabilidad Laboral		Iniciativa
	Beneficios Legales		Trabajo bajo presión
	Contrato a plazo fijo		Compromiso
	Buen Clima Laboral		Don de mando
	Uniforme		Ética Profesional
	Alimentación		Capacidad para resolver problemas
			Atención al cliente

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 66

Perfil del Chef Ejecutivo

PUESTO	Chef Ejecutivo		
FORMACIÓN PROFESIONAL	Título universitario de Lcdo. o Ingeniero en Gestión Gastronómica "Chef Profesional"	SEXO	Masculino o Femenino.
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Experiencia de al menos 1 1/2 años en cargos similares.	EDAD	De 25 a 45 años
	Control total de la producción.	DISPONIBILIDAD	Para trabajar en horarios rotativos, fines de semana y feriados.
CONOCIMIENTOS	Experiencia en manejo de personal.	COMPETENCIAS	Adaptabilidad
	Conocimientos en Administración de Bodegas e inventarios.		Capacidad de Planeación y Organización
	Conocimientos de Costos		Liderazgo
	Conocimientos comprobados en Excel intermedio-avanzado, utilitarios.		Trabajo en equipo
	Conocimientos elaboración de menús.		Ordenado
	Conocimientos en Normas de calidad, BPM, ISO, (HACCP preferiblemente).		Iniciativa
BENEFICIOS	Conocimientos comprobados de inglés intermedio-avanzado.		Trabajo bajo presión
	Estabilidad Laboral		Compromiso
	Beneficios Legales		Don de mando
	Contrato a plazo fijo		Ética Profesional
	Buen Clima Laboral		Capacidad para resolver problemas
	Uniforme		Atención Al cliente
	Alimentación		Manejo del Recurso Humano

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 67

Perfil de la Secretaria Recepcionista

PUESTO	Secretaria Recepcionista		
FORMACIÓN PROFESIONAL	Estudios Superiores por terminar o finalizados en carreras afines al turismo, secretariado, contabilidad.	SEXO	Femenino.
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Experiencia en el puesto.	EDAD	De 22 a 35 años
DISPONIBILIDAD	Atención al cliente.	COMPETENCIAS	Adaptabilidad
	Para trabajar en horarios rotativos, fines de semana y feriados.		Actitud Positiva con el Cliente
CONOCIMIENTOS	Conocimientos comprobados en Excel intermedio-avanzado, utilitarios.		Liderazgo
	Dominio de inglés 85% mínimo.		Trabajo en equipo
	Manejo de tarjetas de crédito y cheques.		Ordenada
	Manejo de efectivo		Iniciativa
	Conocimientos comprobados de inglés intermedio-avanzado.		Trabajo bajo presión
BENEFICIOS	Manejo de inventarios.		Compromiso
	Estabilidad Laboral		Proactiva
	Beneficios Legales		Organizada
	Contrato a plazo fijo		Capacidad para resolver problemas
	Buen Clima Laboral		Atención Al cliente
	Uniforme		Puntualidad
	Alimentación		Excelente presencia e imagen
	Capacitación		Facilidad de Palabra

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 68

Perfil del Ayudante de Cocina

PUESTO	Ayudante de Cocina		
FORMACIÓN PROFESIONAL	Título universitario no indispensable	SEXO	Masculino o Femenino.
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Experiencia de al menos 2 años en cargos similares.	EDAD	De 25 a 45 años
CONOCIMIENTOS	Conocimientos en Administración de Bodegas e inventarios.	DISPONIBILIDAD	Para trabajar en horarios rotativos, fines de semana y feriados.
	Conocimientos en manipulación de alimentos.	COMPETENCIAS	Adaptabilidad
	Manejo de técnicas culinarias.		Capacidad de Planeación y Organización
	Conocimientos básicos de normas de calidad.		Trabajo en equipo
BENEFICIOS	Estabilidad Laboral		Ordenado
	Beneficios Legales		Iniciativa
	Contrato a plazo fijo		Trabajo bajo presión
	Buen Clima Laboral		Compromiso
	Uniforme		Ética Profesional
	Alimentación		Capacidad para resolver problemas.

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 69

Perfil del Steward

PUESTO	Steward		
FORMACIÓN PROFESIONAL	Título universitario no indispensable	SEXO	Masculino o Femenino.
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Trabajos afines	EDAD	De 22 a 45 años
	Lavado de vajilla, cubertería, cristalería, ollas equipos.	DISPONIBILIDAD	Para trabajar en horarios rotativos, fines de semana y feriados.
CONOCIMIENTOS	Encargado del aseo y pulcritud del área de cocina.	COMPETENCIAS	Adaptabilidad
	Conocimientos de higiene y limpieza.		Trabajo en equipo
	Conocimientos básicos sobre químicos de limpieza.		Ordenado
BENEFICIOS	Estabilidad Laboral		Iniciativa
	Beneficios Legales		Trabajo bajo presión
	Contrato a plazo fijo		Compromiso
	Buen Clima Laboral		Higiene personal
	Uniforme		Agilidad
	Alimentación		Buenas relaciones interpersonales.

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N.- 70

Perfil del Mesero

PUESTO	Mesero		
FORMACIÓN PROFESIONAL	Título universitario no indispensable	SEXO	Masculino o Femenino.
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Experiencia mínima de 1 año.	EDAD	De 22 a 35 años
	Atención al cliente.	COMPETENCIAS	Adaptabilidad
DISPONIBILIDAD	Para trabajar en horarios rotativos, fines de semana y feriados.		Actitud Positiva con el Cliente
CONOCIMIENTOS	Bebidas frías y calientes.		Liderazgo
	Manejo de comandas		Trabajo en equipo
	Manejo de tarjetas de crédito y cheques.		Ordenado
	Manejo de efectivo		Iniciativa
	Conocimientos comprobados de inglés intermedio-avanzado.		Trabajo bajo presión
BENEFICIOS	Manejo de inventarios.		Compromiso
	Estabilidad Laboral		Proactivo
	Beneficios Legales		Organizado
	Contrato a plazo fijo		Capacidad para resolver problemas
	Buen Clima Laboral		Atención Al cliente
	Uniforme		Puntualidad
	Alimentación		Excelente presencia e imagen
	Capacitación		Facilidad de Palabra

ELABORADO POR: Jorge Crow

iv. Costos Salariales

Se registra en el cuadro los costos salariales de un año laboral actualizado a la presente fecha por el Ministerio de Relaciones Laborales.

TABLA N.- 71

Rol De Pagos

ORD	APELLIDO Y NOMBRE	CARGO	SUELDO	TOTAL INGRESOS	APORTE PATRONAL IESS 11,15%	IECE 0,50%	SECAP 0,50%	TOTAL EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR	FIRMA
1	Alexandra Ramos Crow	Gerente Administrativo	325,45	325,45	36,29	1,63	1,63	39,54	\$ 285,91	
6	Andres Larco	Mesero	292,44	292,44	32,61	1,46	1,46	35,53	\$ 256,91	
5	Blanca Pilco	Steward	292,14	292,14	32,57	1,46	1,46	35,50	\$ 256,64	
	Jorge Crow	Chef Ejecutivo	293,02	293,02	32,67	1,47	1,47	35,60	\$ 257,42	
9	José Mendoza	Mesero	292,44	292,44	32,61	1,46	1,46	35,53	\$ 256,91	
8	Miltón Mejía	Mesero	292,44	292,44	32,61	1,46	1,46	35,53	\$ 256,91	
3	Mirian Crow	Secretaria Recepcionista	292,58	292,58	32,62	1,46	1,46	35,55	\$ 257,03	
4	Nelly Andrade	Ayudante de Cocina	292,14	292,14	32,57	1,46	1,46	35,50	\$ 256,64	
7	Newman Eras	Mesero	292,44	292,44	32,61	1,46	1,46	35,53	\$ 256,91	
Elaborado por: Jorge Crow								TOTAL MENSUAL	\$ 2.341,28	
								TOTAL ANUAL	\$ 28.095,38	

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales del Gobierno Nacional de la República del Ecuador

ELABORADO POR: Jorge Crow

v.Organización de la Empresa

Básicamente se trata de determinar qué recursos y que actividades se requieren para alcanzar los objetivos, luego diseñar la forma de combinarla en la estructura departamental de la empresa y la asignación de responsabilidades conjuntamente con la autoridad correspondiente a cada puesto.

Propósito de la Organización:

- Representar la estructura oficial de la empresa.
- Establecer canales de comunicación.

- Especificar quien depende de quién en la organización.
- Dividir la carga de trabajo entera, en tareas que puedan ser ejecutadas, de forma lógica y cómoda.
- Combinar las tareas en forma lógica y eficiente, la agrupación de empleados.
- Permitir la consecución de los objetivos primordiales de la empresa lo más eficientemente y con un mínimo esfuerzo.
- Eliminar duplicidad de trabajo.
- División del trabajo: se refiere a descomponer una tarea compleja en sus componentes, de tal manera que las personas sean responsable de una serie limitada de actividades, en lugar de tareas en general.
- Establecer mecanismos para integrar las actividades en un todo congruente y para vigilar la eficacia de dicha integración.

vi. Programa Operativo

En el plan operativo se determina las actividades a realizar dentro del primer año de funcionamiento del paradero.

TABLA N.- 72

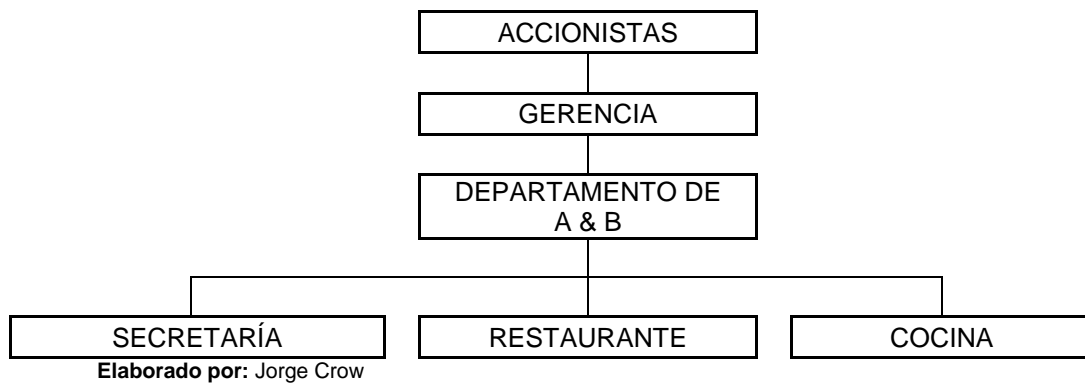
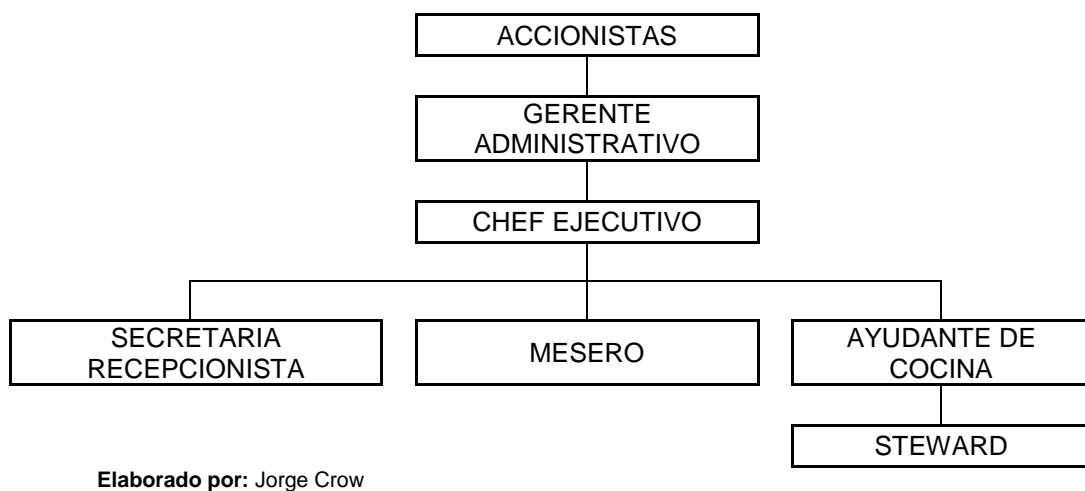
Programa Operativo Mensual.

FECHA	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES / RESPONSABLE
Primer Mes de Apertura	Capacitación al Personal Tema: Higiene Personal	Departamento de Alimentos y Bebidas
	Adquisición de la Materia Prima	Departamento de Alimentos y Bebidas
	Inducción al Personal	Departamento de Alimentos y Bebidas
	Pre - Inauguración del Paradero Turístico Gastronómico Crow	A cargo del Gerente Administrativo (Evento Privado)
	Publicidad para la Inauguración y Apertura	Gerencia Administrativa
	Inauguración del Paradero Turístico Gastronómico Crow	A cargo del Gerente Administrativo (Público en General)
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Primera reunión con el personal (Fin de mes)	Departamento de Alimentos y Bebidas
Según Mes	Capacitación al Personal Tema: Atención al Cliente	Gerencia Administrativa
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Gerencia Administrativa
Tercer Mes	Capacitación al Personal Tema: Manejo de la Materia Prima	Departamento de Alimentos y Bebidas
	Control de Publicidad	Gerencia Administrativa
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Departamento de Alimentos y Bebidas
Cuarto Mes	Capacitación al Personal Tema: Limpieza y Desinfección	Gerencia Administrativa
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Gerencia Administrativa
Quinto Mes	Capacitación al Personal Tema: Contaminación Cruzada	Departamento de Alimentos y Bebidas
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Departamento de Alimentos y Bebidas
Sexto Mes	Capacitación al Personal Tema: Atención al Cliente (Importancia de una Sonrisa)	Gerencia Administrativa
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Gerencia Administrativa
Séptimo Mes	Capacitación al Personal Tema: Importancia del Correcto Almacenamiento y Manipulación.	Departamento de Alimentos y Bebidas
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Departamento de Alimentos y Bebidas
Octavo Mes	Capacitación al Personal Tema: Motivación Personal	Gerencia Administrativa
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Gerencia Administrativa
Noveno Mes	Capacitación al Personal Tema: Manejo de Temperaturas	Departamento de Alimentos y Bebidas
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Departamento de Alimentos y Bebidas
Décimo Mes	Capacitación al Personal Tema: Psicología del Cliente	Gerencia Administrativa
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Gerencia Administrativa
Onceavo Mes	Capacitación al Personal Tema: Seguridad Alimentaria	Departamento de Alimentos y Bebidas
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Departamento de Alimentos y Bebidas
Doceavo Mes	Capacitación al Personal Tema: Importancia del Turismo Gastronómico	Gerencia Administrativa
	Festejo de Cumpleaños del Personal	Secretaria Recepcionista
	Limpieza Profunda (Fin de Mes)	Responsables de cada Área
	Inventario	Responsables de cada Área
	Reunión Mensual (A fin de mes)	Gerencia Administrativa

ELABORADO POR: Jorge Crow

Nota: Este Programa está sujeto a cambios por imprevistos

vii.Organigrama Empresarial

GRAFICO N.- 19**Organigrama Estructural Centralizado****GRAFICO N.- 20****Organigrama Funcional****viii. Selección y Contratación del Talento Humano**

La selección y contratación del personal tiene que ser mas subjetiva y más afinada: determinando los requerimientos de los recursos humanos, acrecentando las fuentes más efectivas que permitan allegarse a los candidatos idóneos, evaluando la potencialidad física y mental de los solicitantes, así como su aptitud para el trabajo, utilizando para ello una serie de técnicas, como la Entrevista, las pruebas psicometrías y los exámenes médicos etc.

Una persona adecuada es por lo general la que tiene experiencia, actitud y capacitación profesional para cada puesto en particular; También es un empleado honesto con ética.

1. Proceso de reclutamiento, selección y contratación

Para el reclutamiento, se convocará al personal mediante:

- Medios de comunicación masivas
- Bolsas de trabajo
- Ferias del empleo
- Agencias de colocación como Manpower
- Internet (websites, e-mail) como Multitrabajos.com
- Instituciones educativas
- Otras empresas

2. Selección

Para la selección, que es donde no solamente se acepta o rechaza candidatos si no también se conoce sus aptitudes y cualidades con objeto de ver si está apto para el puesto requerido.

La selección de personal, será de manera formal, para no poner en manos del azar la obtención de empleados capaces, responsables e idóneos.

La entrevista será de tipo interpersonal (entrevistador-entrevistado), con el fin de intercambiar información valiosa y se receptará la hoja de vida unos días antes para su evaluación.

Se revisará algunas pautas de comportamiento al entrevistado como son:

- Presencia física correcta y adaptada a las circunstancias: pelo y forma de vestir se adecuen a unos estándares de elegancia y sobriedad propios de la selección en curso.
- Forma del saludo.
- Puntualidad.
- La mirada directa.
- Carácter.
- Humor.
- Manejo de emociones.
- Respeto o irrespeto a sus superiores.

Se analizará capacidades como:

- Velocidad
- Exactitud
- Destreza
- Higiene
- Habilidad física
- Comprensión
- Calculo/ Codificación

Para la contratación, el personal favorecido deberá presentar copias de la información presentada en la hoja de vida, exámenes médicos, y permisos de manipulación de alimentos en el caso del personal de cocina.

3. Contratación

Para la contratación del personal:

- La contratación se llevará a cabo entre la organización y el trabajador.
- La duración del contrato será por tiempo indeterminado.
- El contrato será firmado por el gerente administrador, el chef y el trabajador.
- Se entregará la respectiva reglamentación.
- Se realizará los respectivos trámites de afiliación.

4. Inducción

Con el objetivo de acelerar la integración del individuo en el menor tiempo posible al puesto, se hará un recorrido por las instalaciones, explicando todo lo que necesita saber de la empresa y su trabajo, sus obligaciones y todos los departamentos.

5. Capacitación

La capacitación es un paso fundamental que se realizará constantemente, para que el personal se encuentre al nivel deseado, logrando:

- Adaptación de la persona en el puesto
- Eficiencia y mejora en las labores
- Incrementar la productividad
- Prepararlo para otros niveles
- Promover seguridad en el empleo
- Mejorar condiciones de seguridad en el trabajo
- Promover el mejoramiento de sistemas
- Reducir quejas y alta moral
- Facilitar supervisión del personal
- Promover ascensos por merito
- Reducción de Rotación, accidente y costos de operación

e. **ASPECTOS ECONÓMICO – FINANCIEROS**

i. **Objetivos Empresariales**

Son los fines a los que el Paradero Turístico Gastronómico Crow persigue alcanzar, y como tales tenemos:

1. Corto Plazo

Dentro del primer año de funcionamiento el objetivo es el de obtener liquidez, que se reflejará en la obtención del suficiente capital de trabajo para mantener de manera eficiente el negocio.

2. Mediano Plazo

El objetivo a mediano plazo dentro de los tres años, será el generar la rentabilidad económica y financiera que se ha planteado en este proyecto.

3. Largo Plazo

Luego de obtener liquidez y generar la rentabilidad deseada, el objetivo luego de los tres primeros años es de lograr un crecimiento en las ventas, reflejado en mayores utilidades, sin descuidar a la competencia.

4. Creación de Valor

Para llegar a ser una empresa reconocida, competitiva y con bases sólidas y luego de haber obtenido liquidez, generar rentabilidad y de haber logrado un

crecimiento en las ventas, se mantendrá un servicio en constante innovación, manteniendo la calidad, cumpliendo con los objetivos a cabalidad.

TABLA N.- 73

Fuentes

FUENTE	CAPITAL DE TRABAJO		INVERSIÓN FIJA		TOTAL
	Inversión	%	Inversión	%	
Aporte Socio 1	\$ 55.000,00	46%	\$ 0,00	0%	\$ 55.000,00
Aporte Socio 2	\$ 25.000,00	21%	\$ 0,00	0%	\$ 25.000,00
Aporte Socio 3	\$ 25.000,00	21%	\$ 0,00	0%	\$ 25.000,00
Aporte Socio 4	\$ 15.000,00	13%	\$ 10.000,00	33%	\$ 25.000,00
Préstamo			\$ 20.000,00	67%	\$ 20.000,00
Interes Bancario			\$ 11.716,18		\$ 11.716,18
Total	\$ 120.000,00	100%	\$ 30.000,00	100%	\$ 161.716,18

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N° 74

USOS

	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Inversión Fija			\$ 140.000,00

Maquinaria y Equipos			\$ 9.963,58
Equipos de Cocina			\$ 7.995,00
Cocina de 6 quemadores con plancha y parrilla.	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Campana Extractora de olores	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Horno Industrial 8 latas	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Cuarto frío (Refrigerador)	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Cuarto Frío (Congelador)	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Licuada Industrial 5 lt	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Batidora Profesional 5 lt	1	\$ 570,00	\$ 570,00
Extractor de cítricos	1	\$ 175,00	\$ 175,00
Balanza 5 Kg	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Mesa de Trabajo	3	\$ 220,00	\$ 660,00
Estante 4 repisas	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Licuada Oster	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Batería de cocina # 60	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Batería de cocina # 40	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Cilindro de Gas 45 Kg	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Menaje y Vajilla			\$ 1.968,58
Cuchillo cebollero	3	\$ 12,50	\$ 37,50
Puntilla	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Espumadera	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Especiero de acero	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Manga pastelera	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Espátula	2	\$ 3,65	\$ 7,30
Set de boquillas	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Cortador de pizza industrial	1	\$ 8,60	\$ 8,60
Tabla de picar (colores)	4	\$ 7,00	\$ 28,00
Bols 38 cm	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Cucharon	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Exprimidor de limón	2	\$ 0,65	\$ 1,30
Colador de plástico	2	\$ 0,55	\$ 1,10
Colador de metal	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Termómetro bimetálico(16cm)	1	\$ 6,50	\$ 6,50
Jarra multiusos	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Vasos de polietileno de 8 Onzas	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Bandejas de el servicio	15	\$ 8,00	\$ 120,00
Rallador de 4 lados	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Pala multiusos	2	\$ 0,85	\$ 1,70
Cucharón multiusos	3	\$ 1,20	\$ 3,60
Pinza Espagueti	2	\$ 0,89	\$ 1,78
Prensa puré	1	\$ 3,20	\$ 3,20
Colador chino	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Sartén grande	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Sartén pequeño teflón	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Bolillo	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Dispensador de agua	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Platos base	200	\$ 2,10	\$ 420,00
Vasos de cristal de 8 Onza	300	\$ 0,40	\$ 120,00
Cubiertos	200	\$ 0,60	\$ 120,00

Cucharas pequeñas	200	\$ 0,25	\$ 50,00
Materiales (gas)			\$ 300,00
Extintor 20 lbs.	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Uniformes	8	\$ 45,00	\$ 360,00
Gorros desechables	100	\$ 0,05	\$ 5,00
Mascarillas	100	\$ 0,01	\$ 1,00
Guantes	100	\$ 0,05	\$ 5,00
EQUIPO DE CÓMPUTO			\$ 1.200,00
Computador e Impresora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
MUEBLES Y ENSERES			\$ 3.465,00
Mesas	44	\$ 35,00	\$ 1.540,00
Sillas	176	\$ 10,00	\$ 1.760,00
Escritorio	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Silla de Oficina	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Archivador	1	\$ 65,00	\$ 65,00
SUMINISTROS Y MATERIALES			\$ 314,94
Útiles de Oficina			\$ 187,50
Resma de papel	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Cartucho	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Memoria externa	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Carpetas	12	\$ 0,15	\$ 1,80
Resaltador	3	\$ 0,75	\$ 2,25
Perforadora	1	\$ 1,35	\$ 1,35
Grapadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Tijeras	2	\$ 0,75	\$ 1,50
Esferográficos	6	\$ 0,35	\$ 2,10
Útiles de Limpieza			\$ 127,44
Escobas	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Recogedor de basura	3	\$ 1,25	\$ 3,75
Botes de Basura con tapa (Grandes)	3	\$ 4,20	\$ 12,60
Fundas de basura Industriales (20 unidades)	20	\$ 1,00	\$ 20,00
Trapeadores	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Cloro (galón)	1	\$ 3,39	\$ 3,39
Desinfectante (galón)	1	\$ 4,10	\$ 4,10
Estropajos	10	\$ 0,25	\$ 2,50
Limpiones	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Rollo de papel toalla	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Rollo plástico	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Jabón para platos (galón)	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Lava vajilla (1 Kg)	4	\$ 3,20	\$ 12,80
Papel higiénico	24	\$ 0,20	\$ 4,80
Inversión Intangible (Activos Diferidos)			\$ 70.075,95
Gastos de Constitución			\$ 848,40
Gastos de Organización			\$ 1.546,42
Gastos de Instalación			\$ 64.931,13
Gastos de Investigación			\$ 2.750,00
Capital de Trabajo			\$ 31.111,40
Caja			\$ 500,00

Materia Prima Directa			\$ 17.051,40
Mano de Obra Directa			\$ 13.560,00
Gastos Administrativos			\$ 7.160,97
Gastos Sueldo Gerente Administrador			\$ 3.510,96
Gastos Sueldo Secretaria Recepcionista			\$ 3.510,96
Servicios Básicos			\$ 139,05
Gastos de venta			\$ 22.999,66
Publicidad y Promoción			\$ 1.546,42
Gasto Sueldo Mesero			\$ 21.453,24
Gastos Financieros			\$ 11.716,18
Intereses			\$ 11.716,18
Inversión Total			\$ 297.507,68

ELABORADO POR: Jorge Crow

TABLA N° 75**Previsión de Ventas**

Rubro \ Año	2013	Porcentaje de Inflación Promedio Anual	2014	2015	2016	2017
Sillas Ocupadas	42,37	4,28%	44,18	50,81	58,43	67,19
Costo Promedio	5,98	4,28%	6,24	7,17	8,25	9,48
Total Ventas Diarias	253,36	4,28%	264,20	303,83	349,40	401,81
Total Ventas Mensuales	7600,68	4,28%	7925,99	9114,89	10482,12	12054,44
Ventas Netas al Año	91208,16	4,28%	95111,87	109378,64	125785,44	144653,26

ELABORADO POR: Jorge Crow

ii.Estructura del Balance

En los cuadros presentamos sus fuentes y equipos a utilizar con sus respectivos costos.

Iniciamos con el Estado de Situación Inicial de la empresa en donde se encuentran nuestros activos, pasivos y patrimonio.

TABLA N° 76

Estado de Situación Inicial

EMPRESA "PARADERO TURÍSTICO GASTRONÓMICO CROW"
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
AL 01 DE ENERO DEL 2013

Activos			Pasivo	
Activos Corrientes		\$ 44.980,53	Pasivo Corriente	
Caja	500,00		Pasivo a largo plazo	\$ 31.716,18
Bancos	44480,53		Interes Bancario	11716,18
Activos Realizable		\$ 2.283,52	Préstamo	20000,00
Menaje y Vajilla	1968,58		Total Pasivos	\$ 31.716,18
Inventarios	314,94		Patrimonio	\$ 108.283,82
Útiles de Oficina	\$ 187,50		Capital	108283,82
Útiles de Aseo	\$ 127,44		Total patrimonio	\$ 108.283,82
Activos Fijos		\$ 22.660,00		
Terreno	10000,00			
Equipos de Cocina	7995,00			
Equipos de Computo	1200,00			
Muebles y Enseres	3465,00			
Activos Intangibles		\$ 70.075,95		
Gastos de Constitución	848,40			
Gastos de Organización	1546,42			
Gastos de Instalación	64931,13			
Gastos de Investigación	2750,00			
Total de Activo		\$ 140.000,00	Total Pasivo + Patrimonio	\$ 140.000,00

Elaborado por

Revisado por

Aprobado por

ELABORADO POR: Jorge Crow

1. Balance General

El Estado de Situación Final, Balance General o Estado Financiero es el que se realiza a fin de año, donde se observa el activo del paradero que es todo lo que

tenemos a nuestro favor, el pasivo donde encontraremos el préstamo que hicimos dividido en corto y largo plazo y el patrimonio donde se encuentra el capital y las utilidades del primer año.

TABLA N° 77

Balance General

EMPRESA "PARADERO TURÍSTICO GASTRONÓMICO CROW"
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

Activos			Pasivo		
Corrientes		\$ 54.167,60	Pasivo Corriente		
Caja	\$ 500,00		Pasivo Corto Plazo		\$ 13.868,14
Bancos	<u>\$ 53.667,60</u>		IESS por Pagar	\$ 503,38	
Activos Realizables		\$ 2.283,52	15% Part. Trabaj. x Pagar	\$ 5.948,71	
Menaje y Vajilla	\$ 1.968,58		Impuesto a la Renta x Pagar	\$ 7.416,06	
Inventarios	<u>\$ 314,94</u>		Pasivo no Corriente		
Útiles de Oficina	187,50		Pasivo a Largo Plazo		\$ 31.716,18
Útiles de Aseo	<u>127,44</u>		Interes Bancario	\$ 11.716,18	
Activos Fijos		\$ 11.114,04	Préstamo	\$ 20.000,00	
Equipos de Cocina	\$ 7.995,00	\$ 7.195,50	Total Pasivos		\$ 45.584,32
(-) dep Equipos de Cocina	<u>(\$ 799,50)</u>		Patrimonio		\$ 94.415,68
Equipos de Computo	\$ 1.200,00	\$ 800,04	Capital	\$ 94.415,68	
(-) dep Equipos de Computo	<u>(\$ 399,96)</u>		Utilidad	\$ 26.293,30	
Muebles y enseres	\$ 3.465,00	\$ 3.118,50	Beneficios Retenidos	<u>(\$ 26.293,30)</u>	
(-) dep Muebles y enseres	<u>(\$ 346,50)</u>		Total Patrimonio		\$ 94.415,68
Inmuebles		\$ 10.000,00			
Terreno	<u>\$ 10.000,00</u>				
Activos Intangibles		\$ 62.434,85			
Gastos de Constitución	\$ 144,50	\$ 130,05			
(-) Amortización	<u>(\$ 14,45)</u>				
Gastos de Organización	\$ 1.546,42	\$ 1.391,78			
(-) Amortización	<u>(\$ 154,64)</u>				
Gastos de Instalación	\$ 64.931,13	\$ 58.438,02			
(-) Amortización	<u>(\$ 6.493,11)</u>				
Gastos de Investigación	\$ 2.750,00	\$ 2.475,00			
(-) Amortización	<u>(\$ 275,00)</u>				
Total de Activo		\$ 140.000,00	Total Pasivo + Patrimonio		\$ 140.000,00

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

ELABORADO POR: Jorge Crow

Depreciaciones

ELABORADO POR: Jorge Crow

Expresado en dólares				
Rubro	Valor	%	1	2
Equipo de Cocina	\$ 7.995,00	10%	\$ 799,50	\$ 799,50
Equipos de Computo	\$ 1.200,00	33,33%	\$ 399,96	\$ 399,96
Muebles y Enseres	\$ 3.465,00	10%	\$ 346,50	\$ 346,50
Total	\$ 12.660,00		\$ 1.545,96	\$ 1.545,96
Rubro	3	4	5	Valor Residual
Equipo de Cocina	\$ 799,50	\$ 799,50	\$ 799,50	\$ 3.997,50
Equipos de Computo	\$ 399,96	\$ 399,96	\$ 399,96	\$ 1.999,80
Muebles y Enseres	\$ 346,50	\$ 346,50	\$ 346,50	\$ 1.732,50
Total	\$ 1.545,96	\$ 1.545,96	\$ 1.545,96	

2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Mostramos el estado de pérdidas o ganancias llamado también estado de resultados para los próximos 5 años de duración del proyecto, se lo proyecta teniendo en cuenta una inflación de 5%

TABLA N° 79

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS						
Rubro \ Año	1	2	3	4	5	
Ventas Netas	91208,16	95111,87	109378,64	125785,44	144653,26	
(-) Costo de Producción	17051,40	17781,20	18136,82	18499,56	18869,55	
(=) Utilidad Bruta	74156,76	77330,67	91241,82	107285,88	125783,71	
(-) Gasto de Administración	5136,41	5356,24	5409,81	5463,90	5518,54	
(-) Gasto de Venta	26190,67	27311,63	27857,86	28415,02	28983,32	
(-) Gasto Financiero	3171,62	3171,62	3171,62	3171,18	3171,62	
(=) Utilidad antes de Participación	39658,06	41491,17	54802,53	41690,78	88110,23	
(-) 15% Participación	5948,71	6223,68	8220,38	6253,62	13216,53	
Utilidad Antes del Impuesto	33709,35	35267,50	46582,15	35437,16	74893,69	
(-) 22 % Impuesto a la Renta	7416,06	7758,85	10248,07	7796,18	16476,61	
Utilidad del Ejercicio	26293,30	27508,65	36334,08	27640,99	58417,08	

ELABORADO POR: Jorge Crow

3. Capital de Trabajo

El término capital de trabajo ha sido denominado por algunos autores como: fondo de maniobra, capital circulante, capital de trabajo neto, recurso o fondo neto de rotación y tesorería neta. De manera general este se puede definir como la inversión en los niveles de activo circulante y el financiamiento que se necesita para sostener al mismo. La inversión en Capital de Trabajo es la que nos mostrará cuanto de dinero necesitaremos para que el negocio funcione y se produzca un giro de efectivo que le permita mantenerse en el tiempo.

Nos mostrará la cuantificación de la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros.

TABLA Nº 80

Capital de Trabajo

Capital de Trabajo			\$ 87.347,44
Caja		\$ 500,00	
Materia Prima		\$ 17.051,40	
Mano de Obra		13.560,00	
Costos Indirectos		\$ 8.483,17	
Depreciación	\$ 1.545,96		
Amortización	\$ 6.937,21		
Gastos de Administración		9.776,50	
Sueldos y Salarios	9.519,48		
Suministros de Oficina	187,5		
Servicios Básicos	69,525		
Gastos de venta		26.260,19	
Publicidad y promoción	\$ 1.546,42		
Sueldos y Salarios	24.644,25		
Servicios Básicos	69,525		
Gastos Financieros		11716,18	
Intereses	11716,18		

ELABORADO POR: Jorge Crow

4. Cuenta de Resultados

CUADRO Nº 81**Costos de Capital**

FUENTE	CAPITAL DE TRABAJO		INVERSIÓN FIJA		TOTAL
	Inversión	%	Inversión	%	
Aporte Socio 1	\$ 55.000,00	46%	\$ 0,00	0%	\$ 55.000,00
Aporte Socio 2	\$ 25.000,00	21%	\$ 0,00	0%	\$ 25.000,00
Aporte Socio 3	\$ 25.000,00	21%	\$ 0,00	0%	\$ 25.000,00
Aporte Socio 4	\$ 15.000,00	13%	\$ 10.000,00	33%	\$ 25.000,00
Préstamo			\$ 20.000,00	67%	\$ 20.000,00
Interes Bancario			\$ 11.716,18		\$ 11.716,18
Total	\$ 120.000,00	100%	\$ 30.000,00	100%	\$ 161.716,18

ELABORADO POR: Jorge Crow

El aporte propio está distribuido por cada socio sumando un total de \$120000, un terreno valorado en \$10000, que conjuntamente son el capital de trabajo y para el resto de la inversión fija se realizara un préstamo de 20000 dólares.

A continuación presentaremos la tabla de amortización del préstamo, tomando en cuenta las tasas activas referenciales que están en el 10%, el préstamo está hecho para un plazo de 10 años, en el Banco Nacional de Fomento.

5. Costos de Capital Medio Ponderado**TABLA Nº 82****Amortización del Préstamo**

BANCO NACIONAL DE FOMENTO (BNF)

MONTO \$ 20.000,00
 PORCENTAJ 10% anual
 PLAZO 10 años 0,83% mensual
 120 meses

Nº	FECHA	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
0	01/01/2013				\$ 20.000,00
1	31/01/2013	\$ 97,63	\$ 166,67	\$ 264,30	\$ 19.902,67
2	02/03/2013	\$ 98,45	\$ 165,85	\$ 264,30	\$ 19.803,92
3	01/04/2013	\$ 99,27	\$ 165,03	\$ 264,30	\$ 19.704,65
4	01/05/2013	\$ 100,10	\$ 164,21	\$ 264,30	\$ 19.604,55
5	31/05/2013	\$ 100,33	\$ 163,37	\$ 264,30	\$ 19.503,22
6	30/06/2013	\$ 101,77	\$ 162,53	\$ 264,30	\$ 19.401,85
7	30/07/2013	\$ 102,62	\$ 161,68	\$ 264,30	\$ 19.299,23
8	29/08/2013	\$ 103,47	\$ 160,83	\$ 264,30	\$ 19.195,76
9	28/09/2013	\$ 104,34	\$ 159,96	\$ 264,30	\$ 19.091,42
10	28/10/2013	\$ 105,21	\$ 159,10	\$ 264,30	\$ 18.986,21
11	27/11/2013	\$ 106,08	\$ 158,22	\$ 264,30	\$ 18.880,13
12	27/12/2013	\$ 106,97	\$ 157,33	\$ 264,30	\$ 18.773,16
13	26/01/2014	\$ 107,86	\$ 156,44	\$ 264,30	\$ 18.665,30
14	25/02/2014	\$ 108,76	\$ 155,54	\$ 264,30	\$ 18.556,65
15	27/03/2014	\$ 109,66	\$ 154,64	\$ 264,30	\$ 18.446,88
16	26/04/2014	\$ 110,58	\$ 153,72	\$ 264,30	\$ 18.336,31
17	26/05/2014	\$ 111,50	\$ 152,80	\$ 264,30	\$ 18.224,81
18	25/06/2014	\$ 112,43	\$ 151,87	\$ 264,30	\$ 18.112,38
19	25/07/2014	\$ 113,36	\$ 150,94	\$ 264,30	\$ 17.999,01
20	24/08/2014	\$ 114,31	\$ 149,99	\$ 264,30	\$ 17.884,70
21	23/09/2014	\$ 115,26	\$ 149,05	\$ 264,30	\$ 17.769,44
22	23/10/2014	\$ 116,22	\$ 148,08	\$ 264,30	\$ 17.653,22
23	22/11/2014	\$ 117,19	\$ 147,11	\$ 264,30	\$ 17.536,03
24	22/12/2014	\$ 118,17	\$ 146,13	\$ 264,30	\$ 17.417,86
25	21/01/2015	\$ 119,15	\$ 145,15	\$ 264,30	\$ 17.298,71
26	20/02/2015	\$ 120,15	\$ 144,16	\$ 264,30	\$ 17.178,56
27	22/03/2015	\$ 121,15	\$ 143,15	\$ 264,30	\$ 17.057,42
28	21/04/2015	\$ 122,16	\$ 142,15	\$ 264,30	\$ 16.935,26
29	21/05/2015	\$ 123,17	\$ 141,13	\$ 264,30	\$ 16.812,08
30	20/06/2015	\$ 124,20	\$ 140,10	\$ 264,30	\$ 16.687,87
31	20/07/2015	\$ 125,24	\$ 139,07	\$ 264,30	\$ 16.562,65
32	19/08/2015	\$ 126,28	\$ 138,02	\$ 264,30	\$ 16.436,37
33	18/09/2015	\$ 127,33	\$ 136,97	\$ 264,30	\$ 16.309,04
34	18/10/2015	\$ 128,39	\$ 135,90	\$ 264,30	\$ 16.180,65
35	17/11/2015	\$ 129,46	\$ 134,84	\$ 264,30	\$ 16.051,18
36	17/12/2015	\$ 130,54	\$ 133,76	\$ 264,30	\$ 15.920,64
37	16/01/2016	\$ 131,63	\$ 132,67	\$ 264,30	\$ 15.789,01
38	15/02/2016	\$ 132,73	\$ 131,57	\$ 264,30	\$ 15.656,28
39	16/03/2016	\$ 133,83	\$ 130,47	\$ 264,30	\$ 15.522,45
40	15/04/2016	\$ 134,95	\$ 129,35	\$ 264,30	\$ 15.387,50
41	15/05/2016	\$ 136,07	\$ 128,23	\$ 264,30	\$ 15.251,43
42	14/06/2016	\$ 137,21	\$ 127,10	\$ 264,30	\$ 15.114,24
43	14/07/2016	\$ 138,35	\$ 125,95	\$ 264,30	\$ 14.975,88
44	13/08/2016	\$ 139,50	\$ 124,80	\$ 264,30	\$ 14.836,37
45	12/09/2016	\$ 140,67	\$ 123,64	\$ 264,30	\$ 14.695,71
46	12/10/2016	\$ 141,84	\$ 122,46	\$ 264,30	\$ 14.553,91
47	11/11/2016	\$ 143,02	\$ 121,28	\$ 264,30	\$ 14.410,85
48	11/12/2016	\$ 144,21	\$ 120,09	\$ 264,30	\$ 14.266,64
49	10/01/2017	\$ 145,41	\$ 118,89	\$ 264,30	\$ 14.121,23
50	09/02/2017	\$ 146,62	\$ 117,68	\$ 264,30	\$ 13.974,60
51	11/03/2017	\$ 147,85	\$ 116,46	\$ 264,30	\$ 13.826,76
52	10/04/2017	\$ 149,08	\$ 115,22	\$ 264,30	\$ 13.677,68
53	10/05/2017	\$ 150,32	\$ 113,98	\$ 264,30	\$ 13.527,36
54	09/06/2017	\$ 151,57	\$ 112,73	\$ 264,30	\$ 13.375,72
55	09/07/2017	\$ 152,84	\$ 111,46	\$ 264,30	\$ 13.222,95
56	08/08/2017	\$ 154,11	\$ 110,19	\$ 264,30	\$ 13.068,84
57	07/09/2017	\$ 155,39	\$ 108,91	\$ 264,30	\$ 12.913,44
58	07/10/2017	\$ 156,69	\$ 107,61	\$ 264,30	\$ 12.756,75
59	06/11/2017	\$ 158,00	\$ 106,31	\$ 264,30	\$ 12.598,76
60	06/12/2017	\$ 159,31	\$ 104,99	\$ 264,30	\$ 12.439,45
61	05/01/2018	\$ 160,64	\$ 103,66	\$ 264,30	\$ 12.278,81
62	04/02/2018	\$ 161,98	\$ 102,32	\$ 264,30	\$ 12.116,83
63	06/03/2018	\$ 163,33	\$ 100,97	\$ 264,30	\$ 11.953,60
64	05/04/2018	\$ 164,69	\$ 99,61	\$ 264,30	\$ 11.788,81
65	05/05/2018	\$ 166,06	\$ 98,24	\$ 264,30	\$ 11.622,75
66	04/06/2018	\$ 167,45	\$ 96,86	\$ 264,30	\$ 11.455,31
67	04/07/2018	\$ 168,84	\$ 95,46	\$ 264,30	\$ 11.286,46
68	03/08/2018	\$ 170,25	\$ 94,05	\$ 264,30	\$ 11.116,22
69	02/09/2018	\$ 171,67	\$ 92,64	\$ 264,30	\$ 10.944,55
70	22/10/2018	\$ 173,10	\$ 91,20	\$ 264,30	\$ 10.771,45
71	01/11/2018	\$ 174,54	\$ 89,76	\$ 264,30	\$ 10.596,91
72	01/12/2018	\$ 175,99	\$ 88,31	\$ 264,30	\$ 10.420,92
73	31/12/2018	\$ 177,46	\$ 86,84	\$ 264,30	\$ 10.243,46
74	30/01/2019	\$ 178,94	\$ 85,36	\$ 264,30	\$ 10.064,52
75	01/03/2019	\$ 180,43	\$ 83,87	\$ 264,30	\$ 9.884,09
76	31/03/2019	\$ 181,93	\$ 82,37	\$ 264,30	\$ 9.702,16
77	30/04/2019	\$ 183,45	\$ 80,85	\$ 264,30	\$ 9.518,71
78	30/05/2019	\$ 184,98	\$ 79,32	\$ 264,30	\$ 9.333,73
79	29/06/2019	\$ 186,52	\$ 77,78	\$ 264,30	\$ 9.147,21
80	29/07/2019	\$ 188,07	\$ 76,23	\$ 264,30	\$ 8.959,13
81	28/08/2019	\$ 189,64	\$ 74,66	\$ 264,30	\$ 8.769,49
82	27/09/2019	\$ 191,22	\$ 73,08	\$ 264,30	\$ 8.578,27
83	27/10/2019	\$ 192,82	\$ 71,49	\$ 264,30	\$ 8.385,45
84	26/11/2019	\$ 194,42	\$ 69,88	\$ 264,30	\$ 8.191,03
85	26/12/2019	\$ 196,04	\$ 68,26	\$ 264,30	\$ 7.994,99
86	25/01/2020	\$ 197,68	\$ 66,62	\$ 264,30	\$ 7.797,31
87	24/02/2020	\$ 199,32	\$ 64,98	\$ 264,30	\$ 7.597,99
88	25/03/2020	\$ 200,98	\$ 63,32	\$ 264,30	\$ 7.397,00
89	24/04/2020	\$ 202,66	\$ 61,64	\$ 264,30	\$ 7.194,34
90	24/05/2020	\$ 204,35	\$ 59,95	\$ 264,30	\$ 6.989,99
91	23/06/2020	\$ 206,05	\$ 58,25	\$ 264,30	\$ 6.783,94
92	23/07/2020	\$ 207,77	\$ 56,53	\$ 264,30	\$ 6.576,17
93	22/08/2020	\$ 209,50	\$ 54,80	\$ 264,30	\$ 6.366,67
94	21/09/2020	\$ 211,25	\$ 53,06	\$ 264,30	\$ 6.155,43
95	21/10/2020	\$ 213,01	\$ 51,30	\$ 264,30	\$ 5.942,42
96	20/11/2020	\$ 214,78	\$ 49,52	\$ 264,30	\$ 5.727,64
97	20/12/2020	\$ 216,57	\$ 47,73	\$ 264,30	\$ 5.511,07
98	19/01/2021	\$ 218,38	\$ 45,93	\$ 264,30	\$ 5.292,69
99	18/02/2021	\$ 220,20	\$ 44,11	\$ 264,30	\$ 5.072,50
100	20/03/2021	\$ 222,03	\$ 42,27	\$ 264,30	\$ 4.850,47
101	19/04/2021	\$ 223,88	\$ 40,42	\$ 264,30	\$ 4.626,58
102	19/05/2021	\$ 225,75	\$ 38,55	\$ 264,30	\$ 4.400,84
103	18/06/2021	\$ 227,63	\$ 36,67	\$ 264,30	\$ 4.173,21
104	18/07/2021	\$ 229,52	\$ 34,75	\$ 264,30	\$ 3.943,69
105	17/08/2021	\$ 231,44	\$ 32,86	\$ 264,30	\$ 3.712,25
106	16/09/2021	\$ 233,37	\$ 30,94	\$ 264,30	\$ 3.478,88
107	16/10/2021	\$ 235,31	\$ 28,99	\$ 264,30	\$ 3.243,57
108	15/11/2021	\$ 237,27	\$ 27,03	\$ 264,30	\$ 3.006,30
109	15/12/2021	\$ 239,25	\$ 25,05	\$ 264,30	\$ 2.767,05
110	14/01/2022	\$ 241,24	\$ 23,06	\$ 264,30	\$ 2.525,81
111	13/02/2022	\$ 243,25	\$ 21,05	\$ 264,30	\$ 2.282,55
112	15/03/2022	\$ 245,28	\$ 19,02	\$ 264,30	\$ 2.037,27
113	14/04/2022	\$ 247,32	\$ 16,98	\$ 264,30	\$ 1.789,95
114	14/05/2022	\$ 249,39	\$ 14,92	\$ 264,30	\$ 1.540,56
115	13/06/2022	\$ 251,46	\$ 12,84	\$ 264,30	\$ 1.289,10
116	13/07/2022	\$ 253,56	\$ 10,74	\$ 264,30	\$ 1.035,64
117	12/08/2022	\$ 255,67	\$ 8,63	\$ 264,30	\$ 779,87
118	11/09/2022	\$ 257,80	\$ 6,50	\$ 264,30	\$ 522,07
119	11/10/2022	\$ 259,95	\$ 4,35	\$ 264,30	\$ 262,12
120	10/11/2022	\$ 262,12	\$ 2,18	\$ 264,30	\$ (0,00)
		Total Préstamo	Total Interés	Total Préstamo más Interés	Pago Anual
		\$ 20.000,00	\$ 11.716,18	\$ 31.716,18	3171,62

ELABORADO POR: Jorge Crow

6. Ratios Económicos

TABLA Nº 83**Ratios Económicos**

Rentabilidad Económica del Proyecto	Utilidad Bruta	\$ 74.156,76	0,53%
	Activo Total	\$ 140.000,00	
Rentabilidad Financiera del Proyecto	Utilidad Neta	\$ 26.293,30	0,28%
	Patrimonio	\$ 94.415,68	
Rentabilidad sobre las Ventas	Utilidad Bruta	\$ 74.156,76	0,81%
	Ventas	\$ 91.208,16	

ELABORADO POR: Jorge Crow

La rentabilidad económica del proyecto es del 0,53% dejando claro que el proyecto es viable.

El índice de Rentabilidad Financiera del Proyecto es de 0,28% y está dentro del rango aceptable para este tipo de proyectos.

El índice de rentabilidad sobre las ventas es uno de los principales indicadores que nos permite tener una clara visión de que se justifica el proyecto ya que es de 0,81% un buen índice para este proyecto.

7. Ratios Financieros**TABLA Nº 84****Ratios Financieros**

Índice de Solvencia	Activo Corriente	\$ 54.167,60	3,91%
	Pasivo a Corto Plazo	\$ 13.868,14	

ELABORADO POR: Jorge Crow

El índice de solvencia para este proyecto es de 3,91% lo que indica que se tiene capacidad para cubrir la deuda.

8. Ratios Operativos

TABLA Nº 85

Ratios Operativos

Índice de Endeudamiento	Pasivo Total	\$ 45.584,32	0,48%
	Patrimonio	\$ 94.415,68	

ELABORADO POR: Jorge Crow

Este indicador muestra que el proyecto tiene buenas condiciones tanto económicas como financieras.

9. Viabilidad Financiera

Para realizar los cálculos de la viabilidad financiera primeramente tenemos que desarrollar el flujo de efectivo que nos permitirá tener una visión clara de los flujos de dinero reales que tendrá el proyecto.

TABLA Nº 86

Flujo de Efectivo

Rubro \ año	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		\$ 91.208,16	\$ 104.889,38	\$ 120.622,79	\$ 138.716,20	\$ 159.523,63
(+) Valor de Salvamento						
(-) Costo de Producción		\$ 17.051,40	\$ 18.756,54	\$ 20.632,19	\$ 22.695,41	\$ 24.964,95
(=) Utilidad Bruta		\$ 74.156,76	\$ 81.572,43	\$ 89.729,67	\$ 98.702,64	\$ 108.572,91
(-) Gasto de Administración		9.658,53	\$ 10.624,38	\$ 11.686,82	\$ 12.855,50	\$ 14.141,05
(-) Gasto de Venta		\$ 26.190,67	\$ 28.809,74	\$ 31.690,71	\$ 34.859,78	\$ 38.345,76
(-) Gasto Financiero		\$ 11.716,18	\$ 12.887,79	\$ 14.176,57	\$ 15.594,23	\$ 17.153,65
Utilidad antes de Part.		\$ 26.591,38	\$ 29.250,52	\$ 32.175,57	\$ 35.393,13	\$ 38.932,44
(-) 15% Participacion a Trabajadores		\$ 3.988,71	\$ 4.387,58	\$ 4.826,34	\$ 5.308,97	\$ 5.839,87
Utilidad antes de IR		\$ 22.602,68	\$ 24.862,94	\$ 27.349,24	\$ 30.084,16	\$ 33.092,58
(-) 22% Impuesto a la renta		\$ 4.972,59	\$ 5.469,85	\$ 6.016,83	\$ 6.618,52	\$ 7.280,37
Utilidad del ejercicio		\$ 17.630,09	\$ 19.393,10	\$ 21.332,40	\$ 23.465,65	\$ 25.812,21
(+) Depreciaciones		\$ 1.545,96	\$ 1.700,56	\$ 1.870,61	\$ 2.057,67	\$ 2.263,44
(+) Amortizaciones		\$ 18.653,38	\$ 20.518,72	\$ 22.570,59	\$ 24.827,65	\$ 27.310,42
Inversiones						
Inversiones Totales	(\$ 140.000,00)					
Crédito - Desembolso Inicial	\$ 20.000,00					
(+) Recu. Capital de trabajo						
Flujo neto de Efectivo	(\$ 120.000,00)	\$ 37.829,43	\$ 41.612,37	\$ 45.773,61	\$ 50.350,97	\$ 55.386,07

ELABORADO POR: Jorge Crow

Valor Actual Neto (VAN).- Es el valor presente de todos los ingresos desde el primer año hasta el quinto disminuida la inversión.

Formula:

=VNA (Tasa de actualización; Periodos1:5) + valor de desembolso inicial

TABLA Nº 87

Valor Actual Neto (VAN)

Periodos	Flujos	Tasa de Actualización	VAN
0	(\$ 120.000,00)	15%	\$ 30.781,97
1	\$ 37.829,43		
2	\$ 41.612,37		
3	\$ 45.773,61		
4	\$ 50.350,97		
5	\$ 55.386,07		

ELABORADO POR: Jorge Crow

Tomamos una tasa de actualización del 15%

Como resultado se obtuvo que el VAN es de \$ 30.781,97, dejando claro que el proyecto es viable, por lo que el resultado es mayor a cero.

Tasa Interna de Retorno (TIR).- es la tasa que iguala los flujos de ingresos y egresos futuros de una inversión.

Debemos determinar con que tasa el van se acerca más a cero:

En la siguiente tabla aplicamos una tasa de actualización del 25%, dado que se tomaron otras tasas y la que llevó al VAN a cero fue esta, de lo que podemos destacar que esta sería la TIR.

TABLA Nº 88

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Periodos	Flujos	Tasa de Actualización	VAN
0	(\$ 120.000,00)	24,6597281954855%	\$ 0,00
1	\$ 37.829,43		
2	\$ 41.612,37		
3	\$ 45.773,61		
4	\$ 50.350,97		
5	\$ 55.386,07		

ELABORADO POR: Jorge Crow

La tasa interna de retorno es del 25% e indica la tasa que corresponde a la rentabilidad que obtendrá el inversionista y al ser mayor que la pasiva, el proyecto es rentable.

Relación Beneficio Costo.- Para determinar la relación beneficio costo se han determinado los ingresos y egresos actualizados, se ha tomado como referencia el 10% de tasa.

$$\begin{array}{lcl} \text{Relación Beneficio} & & \text{Ingresos} \\ \text{Costo} & = & \frac{\text{Actualizados}}{\text{Egresos}} \\ & & \text{Actualizados} \end{array}$$

$$\begin{array}{lcl} \text{Relación Beneficio} & = & \frac{100328,97}{94227,40} = 1,06 \\ \text{Costo} & & \end{array}$$

La relación Beneficio Costo es de 1,06, al ser esta mayor a la unidad, decimos que el proyecto es viable.

Punto de Equilibrio.- Para determinar el punto de equilibrio realizaremos primero el estado de costos separado en costos fijos y variables:

TABLA Nº 89

Costos Fijos y Variables

Costo Total			
Expresado en dólares			
Concepto	Fijo	Variable	Total
1. Costos de Producción			
Costos Directos			49.922,56
Materia Prima		\$ 17.051,40	
Mano de Obra	13.560,00		
Costos Indirectos			
Depreciación	\$ 1.545,96		
Amortización	\$ 17.765,20		
2. Costos de Administración			\$ 9.589,00
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	\$ 9.519,48		
Servicios Básicos		\$ 69,53	
3. Costos de			\$ 22.999,66
Gastos de Venta			
Publicidad y		\$ 1.546,42	
Sueldos y Salarios	21.453,24		
4. Costos			\$ 11.716,18
Gastos			
Intereses	\$ 11.716,18		
Costo Total	\$ 75.560,06	\$ 18.667,35	\$ 94.227,40

ELABORADO POR: Jorge Crow

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\$ 75.560,06}{\$ 5,98 - \$ 0,20} = \$ 13.068,40$$

El punto de equilibrio anual es de \$13.068,40, lo que quiere decir que después de vender ese número de unidades se habrán cubierto los costos fijos, y el

margen de contribución en su totalidad es decir, \$5,98 por las unidades restantes serán nuestra ganancia.

Punto de Equilibrio Diario

$$\begin{aligned} \text{Punto de Equilibrio} &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo}} \\ \text{Punto de Equilibrio} &= \frac{\$ 209,89}{\$ 5,98 - \$ 0,20} = \boxed{\$ 36,30} \end{aligned}$$

El punto de equilibrio diario es de 36 unidades, lo que quiere decir que a partir de la unidad 38 comenzamos a obtener ganancia.

Periodo de Recuperación de la Inversión

TABLA N° 90

Periodo de Recuperación de la Inversión

Periodos	Flujos	PRI
0	(\$ 120.000,00)	(\$ 120.000,00)
1	\$ 37.829,43	(\$ 82.170,57)
2	\$ 41.612,37	(\$ 40.558,20)
3	\$ 45.773,61	\$ 5.215,41
4	\$ 50.350,97	\$ 55.566,38
5	\$ 55.386,07	\$ 110.952,44

ELABORADO POR: Jorge Crow

Como podemos apreciar, la recuperación de la inversión se da a partir del tercer año.

f. ASPECTOS AMBIENTALES

i. Impacto Ambiental del Proyecto

Se entiende la alteración, positiva o negativa, que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente e incluso sobre la propia salud humana. Es decir que vendrían a ser las consecuencias que paga el ecosistema por el descuido del hombre en sus actividades.

Estos cambios deben ser evaluados para conocer su repercusión sobre los ecosistemas naturales y sobre las fuentes que nos proporcionan recursos naturales.

La humanidad ha establecido, desde siempre, relaciones con el medio ambiente y ha ocasionado un impacto ambiental de mayor o menor cuantía.

A lo largo de la historia, existieron innumerables maneras en que los seres humanos hemos utilizado los recursos naturales y el alcance del impacto ambiental producido por esta utilización:

1. Las sociedades primitivas en la historia evolutiva, extraían recursos del medio ambiente, pero prácticamente sin alterarlo, compitiendo en igualdad de condiciones con los demás seres de la Biosfera, por lo que su población, sometida a los controles naturales, se mantenía estable.

2. La fase agrícola, se produce en el Neolítico, donde se encuentra la primera gran evolución de la humanidad con la domesticación de animales y plantas trajo consigo la disponibilidad de alimentos durante todo el año, hecho que permitió un mayor crecimiento de la población, pero obligados de igual manera a cuidar los campos de manera continua, propiciando un importante cambio social: el ser humano se hizo sedentario. En esta etapa, el impacto ambiental de mayor significado lo constituye la tala de bosques para obtener más suelo fértil y espacio para los asentamientos humanos. Es el inicio del proceso de pérdida de suelo que conocemos como desertificación y que continúa en nuestros tiempos.

3. La tercera fase ecológica comienza a partir de la Revolución Industrial, llamada sociedad de alta energía. Con la gran ayuda que supuso la energía aportada por los combustibles fósiles, y posteriormente por los nucleares, el ser humano empieza a dominar realmente el medio ambiente.

La industrialización también supone el comienzo de la contaminación y del fenómeno urbano: las poblaciones dedicadas a la agricultura abandonan las áreas rurales y se instalan en las zonas industriales, el consumo de energía y materiales que se realiza en la actualidad está provocando alteraciones en el medio ambiente de consecuencias muy graves: agotamiento de los recursos, acumulación de residuos (algunos muy tóxicos) y alteraciones, más o menos graves, del paisaje.

4. La cuarta fase ecológica, consiste básicamente en la investigación de nuevas formas de utilización de los recursos naturales deberá ser muy diferente. Se propone un modelo de desarrollo sostenible, donde no se conduzca a un irreversible colapso planetario por contaminación del medio ambiente o por agotamiento de dichos recursos.

Gracias a esto se ha visto la necesidad de controlar la utilización de los recursos naturales y por esto se toma como referencia para el estudio la Matriz de Leopold, presentada en el siguiente cuadro.

TABLA Nº 91

Matriz de Leopold, Estudio del Impacto Ambiental y Social.

	CAUSAS		EFECTOS										SUBTOTAL	
			E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	SUMA	%
			PONDERACIÓN											
C1	PLANIFICACIÓN	Explanación de suelo.	7	7	1	1	3	3	1	5	1	5	34	23,61
C2	CONSTRUCCIÓN	Construcción mixta (restaurante).	7	1	1	1	3	5	1	7	1	5	32	22,22
C3	OPERACIÓN	Generación de desechos orgánicos e inorgánicos.	1	1	1	1	3	1	5	1	1	1	16	11,11
C4		Oportunidades de empleo.	1	1	1	1	1	1	1	7	7	7	28	19,44
C5		Desarrollo turístico de la zona.	1	1	1	1	1	3	1	9	7	9	34	23,61
	SUBTOTALES:		17	11	5	5	11	13	9	29	17	27	144	100
	DEFINICIÓN DE EFECTOS:													
E1	Compactación del suelo.													
E2	Erosión.													
E3	Desaparición de flora y fauna endémica.													
E4	Contaminación del agua.													
E5	Contaminación del aire.													
E6	Contaminación auditiva.													
E7	Contaminación visual.													
E8	Beneficio social.													
E9	Beneficio cultural.													
E10	Beneficio económico.													

Fuente: Resultados del Estudio Ambiental aplicado en área urbana del Dique del Río Pindo de Shell, 2011

Elaborado por: Jorge Crow

Interpretación de resultados:

Existe un efecto negativo promedio leve a corto plazo en la etapa de planificación los impactos en las áreas de: suelo, aire y sonido, dejando como efecto positivo un resultado parejo, considerando el área socio-económica, por lo tanto el 23,61% del impacto se controlará una vez finalizada la actividad.

El impacto en el suelo, aire, sonido, visión o paisaje, producido en la etapa de construcción es moderado, considerando que la mayoría de impactos son a corto plazo y desaparecerán en un 22,22% con el término de la construcción, mientras que el 11,11% causado por la generación de desechos será controlado, aún así el beneficio socio-económico continuará siendo leve.

En la etapa operativa los impactos son absolutamente mínimos y controlables por tratarse de un área urbana donde no existe pérdida de especies endémicas en flora y fauna, se recomienda realizar un plan de manejo ambiental para prever los efectos de la generación de desechos por la actividad en el restaurante, en el caso del impacto producido en las áreas social, cultural y económica, tenemos que las oportunidades de empleo y desarrollo turístico son de carácter positivo en un 43,05% a largo plazo.

ii. Acciones Remediales

Para minimizar el impacto ambiental negativo, es necesario mantener buenas prácticas medioambientales desde el inicio de las actividades, obteniendo resultados sumamente útiles tanto por su simplicidad y bajos costos. Son medidas rentables y seguras, que, además, no interfieren en los procesos productivos.

Para realizar esto, es necesario desde el inicio mantener políticas establecidas, y controladas periódicamente, para que de esta manera se obtenga una cultura

de cuidado ambiental en el personal y así realizar prácticas de producción y operación idóneas, manejo adecuado aprovechando al máximo el subproducto y los residuos, disminuyendo el consumo de insumos, entre otros.

Para lograrlo se utilizará las tres R's (Reducir, Reutilizar, Reciclar) que son alternativas aceptables de gestión ambiental, que buscan potenciar buenas prácticas ambientales como referentes que estimulen el cambio cultural y sirvan de herramientas para la inclusión social y el fortalecimiento del tejido socio-productivo bajo el enfoque de economía solidaria:

1. Reducir.- Si partimos reduciendo o evitando que se genere basura innecesaria y utilizando los productos correctamente podremos evadir una gran cantidad de problemas medio ambientales.

Logramos esto reduciendo el volumen de productos que consumimos innecesariamente así como el uso de todo aquello que proceda de recursos naturales que puedan terminarse algún día y que no esté previsto para su consumo.

Por esto es necesario:

- Elegir los productos con menos envoltorios ya que reduce el uso de productos tóxicos y contaminantes.
- Reducir el uso, de productos tóxicos y contaminantes, para evitar contaminar menos nuestros ríos y mares.

- Al comprar es necesario cuidar de no utilizar fundas plásticas, es mejor una bolsa de tela o el carro de las compras, en nuestro caso se los productos son transportados hacia el paradero manteniendo estos parámetros.
- No se utilizará papel de aluminio, en vista de que las preparaciones son autóctonas.
- Se limitará el consumo de productos de usar y tirar, como fundas plásticas, envolturas, todo aquello que de una u otra forma genera un desperdicio innecesario; se evitará la adquisición de elementos que pronto serán basura (embalajes, envases descartables, etc.)
- Se cuidará el adecuado uso y consumo de agua, sin desperdiciarla, en todas las áreas, especialmente en el área de producción.
- Se custodiará permanentemente el consumo de luz, verificando que los equipos eléctricos se conecten únicamente al momento de su utilización, las luces se encenderán solo cuando sea necesario.
- Reducir el consumo de gas.- el gas será controlado por tiempo de cocción que se necesita sin desperdiciarlo.

2. Reutilizar.- Reutilizamos cuando empleamos repetidamente o de diversas formas distintos productos consumibles. No debe descartarse aquello que puede ser usado otra vez ya que cuantos más objetos reutilicemos, menos basura produciremos y menos recursos agotables tendremos que "gastar".

- Se comprará líquidos en botellas de vidrio retornables.
- Se utilizará el papel por las dos caras.

- Se mantendrá en buen estado las fundas, embases plásticos, para su posterior uso.

3. Reciclar.- Se puede hacer una recolección selectiva de algunos elementos y procesarlos para darles nuevo uso, sean estos de carácter orgánico e inorgánico, es por esto que si no se puede reducir el consumo de algo en particular, ni tampoco reutilizarlo, entonces, al comprarlo, debemos tener en cuenta siempre si ese producto puede reciclarse. Utilizando los residuos como materia prima para la elaboración de un producto que puede ser igual o distinto al inicial.

Se clasificará de la siguiente manera:

- Contenedor amarillo (envases): en este contenedor se depositarán todo tipo de envases ligeros como los envases de plásticos (botellas, bolsas, bandejas, etc.), de latas (bebidas, conservas, etc.). Para esto se limpiarán los envases y aplastándolos para reducir su volumen antes de tirarlos al contenedor.
- Contenedor azul (papel y cartón): en este contenedor se depositará, los envases de cartón (cajas, bandejas, agrupadores, etc.), así como los periódicos, revistas, papeles de envolver, folletos de publicidad, etc. Se plegará las cajas de manera que ocupen el mínimo espacio dentro del contenedor.

- Contenedor verde claro (vidrio): se depositará vidrio, previamente retirando las tapas antes de llevarlos al contenedor.

- Contenedor verde oscuro: se depositará el resto de residuos que no tienen cabida en los grupos anteriores (basura), fundamentalmente materia orgánica.

Hay que tener en cuenta que todos los materiales reciclables deben estar limpios, secos y sin restos de comida.

Ya clasificados, los productos serán transportados a los diferentes establecimientos, para su posterior uso o despacho.

IX.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **LEÓN, C.** Evaluación de Inversiones: Un enfoque privado y social.
Edición electrónica gratuita. 2007.
www.eumed.net/libros/2007a/232/
2010 – 07 - 20
- **FELIPE GALLEG0, J. PEYROLÓN MELEND0, R.** Diccionario de
hostelería: Hostelería y turismo, restaurante y gastronomía,
cafetería y bar. Australia, Paraninfo, 2004. 880p.
2010 - 07 - 22
- **BENEFICIOS DE LA GASTRONOMÍA**
<http://espanol.answers.yahoo.com>
2010 - 07 - 22
- **ARMENDÁRIZ SANZ, J. L.** Técnicas de cocina para profesionales.
Australia, Paraninfo, 2006. 338p.
- **IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA**
<http://www.soludevot.com>
2010 - 07 - 22

- **ECUADOR: MINISTERIO DE TURISMO ITUR MERA**, Servicio de Información y Atención Turística del Cantón Mera.

<http://www.turismo.gob.ec/>

2010 - 07 - 22

- **(CANTÓN MERA) CULTURA ALIMENTARIA**

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2257488>

<http://clasica.xornal.com/article.php?sid=20060905192912>

http://www.respyn.uanl.mx/iv/3/ensayos/cultura_alimentaria.htm

2010 - 07 - 22

- **RAMÓN SÁNCHEZ OCAÑA – JUAN MADRID COSESA.**

Enciclopedia de la nutrición. Editorial Espasa.2006

- **BENEFICIOS DE UNA BUENA ALIMENTACIÓN**

<http://html.rincondelvago.com>

2010 - 07 – 22

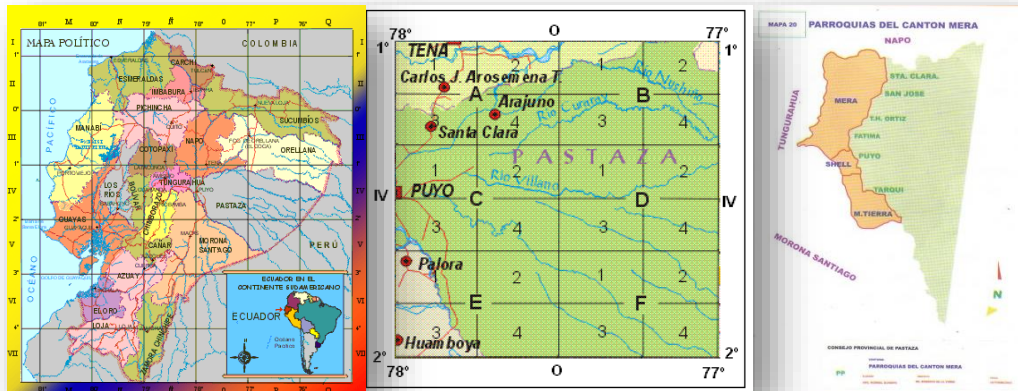
- **VIGILANCIA ALIMENTARIA**

<http://www.monografias.com>

2010 - 07 – 22

X. ANEXOS I

MACRO-LOCALIZACIÓN 1



Fuente: Instituto Geográfico Militar y el Ministerio de Turismo

MACRO-LOCALIZACIÓN 2



Fuente: Instituto Geográfico Militar

Macro-Localización 3



ENCUESTA PARA SABER LAS PREFERENCIAS GASTRONÓMICAS
DE NUESTROS CLIENTES

Esta encuesta está dirigida a conocer los gustos y preferencias que tienen nuestros potenciales clientes.

FECHA: _____

SEXO: F ____ M ____ **EDAD:** _____

RESIDENCIA: _____

Se solicita a las personas encuestadas llenar los espacios en blanco con una sola X.

1. ¿Qué beneficios se espera de la creación de un paradero turístico gastronómico en el Dique de Shell?

- a.** Atención Personalizada ()
- b.** Oferta de platos típicos de la zona en un solo lugar ()
- c.** Variedad de servicios ()

2. ¿Ocasión de la visita?

- a.** Eventos especiales ()
- b.** Reunión de negocios ()

- c. Turismo ()

3. ¿Temporada de la visita?

- a. Vacaciones ()
- b. Feriados ()
- c. Fines de semana ()
- d. Fiestas del cantón ()

4. ¿La calidad de servicio recibido en los establecimientos del cantón Mera es?

- a. Muy Buena ()
- b. Buena ()
- c. Mala ()

5. ¿Cuáles son sus prioridades a la hora de ir a un restaurante?

- a. Higiene ()
- b. Buena atención ()
- c. Buen Sabor ()
- d. Ambiente Familiar ()

6. ¿Cuáles son sus preferencias a la hora de desayunar?

- a.** Desayuno americano ()
- b.** Comida típica de la zona ()
- c.** Otros ()

Cuál es la

opción.....

.....

.....

.....

.....!

7. ¿Cuáles son sus preferencias gastronómicas?

PLATOS TÍPICOS	CARACTERÍSTICAS	PREFERENCIA	PLATOS TÍPICOS	CARACTERÍSTICAS	PREFERENCIA
Chontacuro	En quichua significa "gusanos de la chonta"		Ceviche de Palmito con Tilapia	El ceviche es una preparación de origen costeño. Los colonos han llevado consigo en su gastronomía y se ha ido fusionando con productos de la zona. Se lo puede degustar en las provincias de Morona Santiago y Pastaza.	
Maito de carachama	Carnes de animales envueltas con la hoja de Yaki-panga, que son asados en leña. En este caso de Carachama que es un pez de agua dulce característico de la zona.		Trucha asada	La trucha sazonada y llevada a la parrilla.	
Maito de Garabatoyuyo y Palmito (Santa Clara)	Se coloca una pequeña porción de chontaduro, palmito y garabato yuyo, en una hoja de vijawa, de ahí el nombre de maito, luego se lo amarra y se cocinar en una parrilla por unos 15 minutos. Chontaduro: es una planta nativa de las regiones tropicales y subtropicales de América. Se aprovecha su fruto. Garabato Yuyo (especie de helecho):		Tilapia al vapor, al horno, asado	La tilapia en sus diferentes cocciones como lo son a vapor, al horno o a la parrilla.	
Maito de trucha	Se prepara la trucha, aderezada con sal, cocido a las brasas envuelto en una hoja de bijao (Heliconia bihai) o de achira (Canna indica) con vino blanco y verduras, terminando su preparación con queso gratinado, acompañado de yuca y ensalada.		Caldo de Carachama (Santa Clara)	Se la deja hervir por 30 min con los aliños respectivos, se lo sirve acompañado de plátano llurimahua, o yuca. Es exhibido en ferias de turismo o gastronómicas dentro y fuera de la provincia.	
Maito de tilapia con palmito	Este plato consiste en el pescado envuelto en hojas de bijao, y adobado con especias de la selva, se lo pone a la brasa por alrededor de media hora y se los sirve con abundante yuca y plátano cocinado y palmito.		Caldo de Tilapia	Preparación tradicional de las Nacionalidades de la Amazonia con la sazón peculiar en el que solo se incluye sal y agua.	
Seco de Guanta	No es más que carne de guanta estofada con patacones, arroz y yuca.		Huamag Yuyo de Bagre	Preparar el huamag yuyo para el visitante es una muestra de beneplácito, pues conseguir el huamag yuyo y el prepararlo tiene algo de dificultad por lo que lo hacen solo en ocasiones especiales. Las Nacionalidades utilizaron el huamag yuyo (guadua tierna) desde tiempos no registrados por lo que es una herencia de sus antepasados. Este plato podemos saborear en las festividades de Arajuno, provincia de Pastaza.	
Rana al vapor (ancas de rana)	Las ancas de rana es una preparación original, pues los componentes nutricionales de la carne de rana son abundantes, no contiene colesterol y por el contrario es rica en enzimas muy beneficiosas para la salud. Se puede degustar este plato en el Cantón Santa Clara, provincia de Pastaza.		Bocachico	Es un pez de agua dulce.	
Ceviche de Caracol (Santa Clara)	El caracol es una especie que está siendo cultivada en algunas fincas y centros de recreación, se utiliza en especial para hacer el ceviche, que es muy apetecido por los turistas		Tamal de Papa China	Tomando como base la papa china, que posee altos nutrientes se prepara este tamal; dando un uso adecuado a productos del medio.	
Ceviche Volquetero	Este plato nació de la necesidad de brindar un alimento alternativo para los choferes de volquetas que trabajaban en la construcción de carreteras hace más de 30 años, por lo que adoptó el nombre de "EL Volquetero". Sus ingredientes son: chochos, maíz tostado, chifles, atún, tomate riñón y cebolla paitiña.		Chicha de Yuca y Chonta	Es una bebida típica de las nacionalidades indígenas, con la pulpa de la yuca o chonta fermentada.	
Ceviche de Trucha	Una opción más para degustar es el ceviche de trucha preparado con productos de la zona, primero colocamos los trozos de trucha en una fuente. Agregar el ajo molido, pimienta y ají molido. Mezclar. Bañar con el jugo de limón y sazonar con sal. Cubrir con la cebolla, el perejil y el cilantro picado. Sazonar con sal encima de la cebolla y rociar con un poco más de limón. Adornar con el rocoto en rodajas. Servir con lechuga, rodajas de tomate y choclo.		El Arazá	Es originario de la Amazonia Ecuatoriana, donde se encuentra la mayor concentración de plantas en estado natural. Su cultivo se ha extendido dentro de la Amazonia, en el Ecuador, Colombia, Perú y Brasil. También es conocido como membrillo o guayaba amazónica. Su fruto tiene excelente sabor y aroma.	

8. ¿Qué actividades prefiere realizar en vacaciones?

a. Caminatas y visitas al museo ()

b. Juegos de mesa ()

- c. Actividades de relajación ()
- d. Turismo gastronómico ()

9. ¿Aceptaría la idea de implementar un paradero turístico en la Parroquia de la Shell?

- a. Si ()**

Porque.....

.....

.....

- b. No ()**

Porque.....

.....

.....

ELEMENTOS DEL COSTO DE LA COMPETENCIA

Información obtenida de la competencia más próxima, no es información de un solo lugar porque la competencia fue celosa al dar ese tipo de información.

N°TRABAJ.	Sueldo x Empleado	Sueldo Total	Ventas diarias	Ventas Mensuales	Ventas Anuales	Costo Promedio x plato	Total mes x plato
5	285,6	1428	\$ 107,00	\$ 3.210,00	\$ 38.520,00	6	180

\$ SERVICIOS BÁSICOS			Total
LUZ	AGUA	Gas	
90	30	25	145

Elementos del Costo Competencia	Mes	Año	%
Costos de Producción (MPD)	\$ 3.210,00	\$ 38.520,00	35%
Mano de Obra Directa(MOD)	\$ 1.142,40	\$ 13.708,80	12%
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	\$ 180,00	\$ 2.160,00	2%
Gastos Administrativos (GA)	\$ 285,60	\$ 3.427,20	3%
Gastos Financieros (GF)	\$ 475,00	\$ 5.700,00	5%
Gastos de Ventas (GV)	\$ 2.550,00	\$ 30.600,00	28%
Utilidad	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	15%
Total	\$ 9.243,00	\$ 110.916,00	100%

Se calculó los elementos del costo de la competencia para sacar el porcentaje a aumentar en la receta estándar, que en este caso es del 35%.

$$\frac{\text{Costo por Porción} \times 100\%}{\text{\% del Costo Materia Prima Competencia}} =$$

XI. ANEXOS II

AFICHE:

- Los inconfundibles Chontacuros
- Maito de Carachama
- Maito de Garabato Yuyo y Palmito
- Maito de Trucha
- Maito de Tilapia con Palmito
- Seco de Guanta
- Ancas de Rana
- Ceviche de Caracol
- Los infaltables Ceviches Volqueteros
- Ceviche de Trucha
- Bocachico
- La deliciosa Tilapia
- Los exquisitos Tamales de Papa China
- Y muchos platos más...



PARADERO TURÍSTICO
GASTRONÓMICO CROW



Paradero Turístico Gastronómico

Crow

Le Invita a Degustar de los Platos Típicos de la Provincia de Pastaza.

- Los inconfundibles Chontacuros
- Maito de Carachama
- Maito de Garabato Yuyo y Palmito
- Maito de Trucha
- Maito de Tilapia con Palmito
- Seco de Guanta
- Ancas de Rana
- Ceviche de Caracol
- Los infaltables Ceviches Volqueteros
- Ceviche de Trucha
- Bocachico
- La deliciosa Tilapia
- Los exquisitos Tamales de Papa China
- Y muchos platos más...



Dirección: Provincia de Pastaza, Cantón Mera, Parroquia de la Shell, a dos cuadras del balneario Dique de Shell (Rio Pindo), en la Av. 10 de Noviembre, número 1104.

Reservaciones al Teléfono: 084 385-125

PAGINA WEB:



EL TURISMO
GASTRONÓMICO DE
PASTAZA EN SU MAS ALTO

Página Principal

Acerca de Nosotros

Info. de Contacto

Lista de Servicios

Calendario

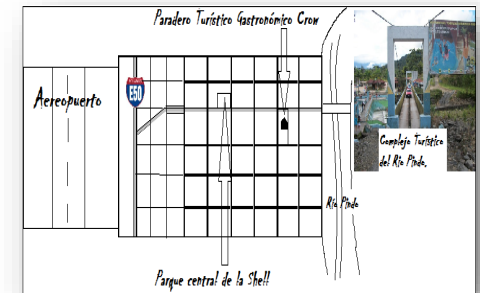
Vínculos



PARADERO TURÍSTICO GASTRONÓMICO CROW

Solo probando, descubrirá lo rico que es...!

- Los inconfundibles Chontacuros
- Maito de Carachama
- Maito de Garabato Yuyo y Palmito
- Maito de Trucha
- Maito de Tilapia con Palmito
- Seco de Guanta
- Ancas de Rana
- Ceviche de Caracol
- Los infallibles Ceviches Volqueteros
- Ceviche de Trucha
- Bocachico
- La deliciosa Tilapia
- Los exquisitos Tamales de Papa China
- Y muchos platos más...



[Página principal](#) | [Acerca de nosotros](#) | [Info. de contacto](#) | [Lista de servicios](#) | [Calendario](#) |
[Lista de proyectos](#) | [Vínculos](#)

